

**O formato editorial do humor no jornalismo:
Análise do programa “Gente que não sabe estar”**

Marta Sofia Barbosa de Carvalho

Relatório de estágio de Mestrado em jornalismo

Marta Sofia Barbosa de Carvalho. O formato
editorial do humor no jornalismo: Análise do
programa “Gente que não sabe estar” 2021

Versão corrigida e melhorada após defesa pública

Fevereiro 2021

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, realizado sob a orientação científica da Professora Doutora Marisa Torres da Silva.

Estágio realizado no órgão de comunicação TVI entre Agosto de 2019 e Janeiro 2020 na área da Informação.

Orientadora no local de estágio: Paula Oliveira.

Agradecimentos

Ao meu pai que se esforça todos os dias para que nunca me falem condições para agarrar as oportunidades, e à minha mãe por ter criado uma miúda teimosa que não se contenta com pouco. Ao meu irmão que é sempre o primeiro a defender-me e a orgulhar-se de tudo o que eu faço. E ao Hugo por levar com as minhas crises de stress e por acreditar logo à partida que eu consigo tudo.

Resumo

Este relatório tem como principal objetivo estudar as possibilidades do humor quando interligado com o jornalismo, mas também as suas barreiras. Para tal, é imperativo perceber a articulação da deontologia da informação e o infotainment, usando como estudo de caso o programa “Gente que não sabe estar” através da análise de conteúdo de alguns dos seus programas e de uma entrevista ao criador do programa, Ricardo Araújo Pereira.

O tema foi pensado na sequência de um estágio de seis meses na informação do canal de televisão TVI.

Palavras chave: empatia, *infotainment*, atualidade, televisão, informação, humor, jornalismo

Abstract

The theme of this report has as main aim to study the possibilities of the humour when interconnected with journalism, but also its barriers. To do so, is imperative to understand the articulation between the deontology of information and infotainment, using some of Ricardo Araújo Pereira episodes from the show “Gente que não sabe estar” through a deep content analyses and an interview with the creator of the show Ricardo Araújo Pereira.

The theme was thought by me after a six-month internship on the information area, from the television channel TVI.

Key words: *empathy, infotainment, topicality, television, information, humor, journalism.*

Índice

Introdução	8
Capítulo 1 Descrição das atividades desenvolvidas no estágio curricular	13
1.1. Funções desempenhadas	13
1.2. Apreciação geral do estágio	19
1.3. Exemplos de peças desenvolvidas durante o estágio	21
Capítulo 2 Transformações no jornalismo e o papel do humor	23
2.1. <i>Infotainment e Boundary-Work</i>	26
2.2. O humor no jornalismo	30
2.3. Caracterização do humor	31
2.3.1. A Sátira	32
2.4. Tendências humorísticas no jornalismo	33
2.4.1. O <i>cartoon</i>	34
2.4.2. Jornalismo de <i>gifs</i> e <i>memes</i>	36
2.4.3. Humor em televisão – <i>Sitcoms</i> , <i>stand-up comedy</i> , <i>sketches</i> e <i>talk-shows</i>	37
2.5. O impacto do formato humorístico na política	41
Capítulo 3 Metodologia	45
Capítulo 4 Análise de Resultados: Formato editorial do “Gente que não sabe estar”	48
4.1. Decomposição dos episódios escolhidos	50
4.2. Análise do conteúdo	57
Conclusão	62
Bibliografia	65
Anexo: Entrevista a Ricardo Araújo Pereira: 18 fevereiro 2020	68

Índice de figuras

Fig.1. Géneros ou conceitos de infotainment	27
Fig.2. Zonas de <i>boundary-work</i> relacionadas com o jornalismo.....	29
Fig.3. <i>Cartoon</i> publicado na revista Punch em 1843, por John Leech.....	35
Fig.4. <i>Cartoon</i> solidário aos ataques de Charlie Hebdo	36
Fig.5. <i>Rage comics</i>	37
Fig.6 e 7. “Gente que não sabe estar” com Ricardo Araújo Pereira.....	48
Fig. 8 e 9. Programa <i>Last Week Tonight</i> de John Oliver e Gente que não sabe estar	49

Índice de tabelas

Tabela 4.1. Episódio Gente que não sabe estar de 4 de outubro 2019	50
Tabela 4.2. Episódio Gente que não sabe estar de 7 de outubro 2019	52
Tabela 4.3. Episódio Gente que não sabe estar de 13 de outubro 2019	55

Introdução

O presente relatório de estágio tem como objetivo perceber se há espaço para parcerias entre o humor e o jornalismo, duas áreas completamente distintas, mas que têm vindo a cruzar-se cada vez mais, através de programas que analisam conteúdos da sociedade atual de uma maneira irónica, e perceber se este tipo de conteúdos poderá ser ou não benéfico para o jornalismo, pois ajuda a clarificar certos temas e, consequentemente, para os espetadores que desenvolvem um maior interesse pela sociedade atual. “Num momento em que assistimos à fusão das indústrias de informação e de entretenimento, a agenda noticiosa não é mais a única maneira de dar conta da realidade” (Becker, 2012:237).

O humor e o jornalismo têm ambos regras, definições e, obviamente, pessoas diferentes para as representar, os humoristas e os jornalistas. No entanto, recentemente, têm surgido programas com uma veia claramente humorística, mas que usam temas de interesse jornalístico, como base, nomeadamente os *late-night shows* americanos. Por exemplo o programa transmitido no canal CBS, de Trevor Noah, é estruturado à volta de entrevistas, atuações e *sketches* baseados maioritariamente em assuntos políticos.

O tema deste relatório foi escolhido maioritariamente a título de interesse pessoal, para além de pretender abrir portas para um assunto ainda pouco estudado, no que toca às suas possibilidades e formatos. Sempre defendi que o jornalismo deve ser feito e apresentado de uma maneira direta e simples que esteja ao alcance da compreensão de qualquer pessoa, independentemente do seu estatuto social, habilitações literárias, género ou faixa etária. De realçar que temas como política, e economia, setores que muitas vezes se completam, não são por vezes facilmente compreendidos e até apresentados de maneira a captar o interesse de todos os espetadores.

Seria ingénuo e até errado pensar que o jornalismo tem obrigação de tornar algum assunto interessante, cativante ou até menos complexo do que é, por isso, e primordialmente tendo em conta esta proposição, decidi dedicar-me a este tema e perceber como é que o humor, nomeadamente um programa humorístico que cruza a linha jornalística, pode transmitir alguma informação a quem o vê, não olhando, no entanto, para o humor como fonte alternativa do jornalismo. Comecei a minha pesquisa, já tendo em conta que o jornalismo tem de responder perante uma deontologia muito rígida como comprovam os dois primeiros pontos do código deontológico, revisto e aprovado em 2017, pelo 4º Congresso dos Jornalistas Portugueses:

1. O jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.
2. O jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais.

Este relatório de estágio está inserido no âmbito do meu mestrado em Jornalismo, da Universidade Nova de Lisboa, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Para fazer o relatório tive de estagiar num meio de comunicação social e escolhi a TVI. O canal acolheu-me como estagiária entre Agosto de 2019 e Janeiro de 2020. O primeiro capítulo deste trabalho é precisamente focado nas atividades que desempenhei e a minha apreciação geral dos seis meses que lá passei.

De modo a conseguir estudar esta possível ligação jornalismo e o humor, optei por escolher como estudo de caso o programa de Ricardo Araújo Pereira, “Gente que não sabe estar”. Este programa fazia parte do alinhamento do Jornal das 8 da TVI, local onde estagiei. O estágio serviu para ter acesso ao planeamento do programa, perceber como era estruturado e ver de perto os seus criadores a trabalhar, analisando os seus métodos tendo em conta que o material que usado era recolhido pelos jornalistas.

O programa teve duas temporadas, a primeira era uma rubrica semanal e compilava os assuntos da ordem do dia do país, e a segunda era diária. O mesmo estava inserido no alinhamento do Jornal das 8, o que para mim foi um ponto de interesse, visto que o jornal é um programa informativo, longe do formato de entretenimento e é claramente algo que se rege pela deontologia de seriedade do jornalismo e não pode, ou não deve, dar azos a comentários que demonstrem os interesses pessoais de quem o realiza. O “Gente que não sabe estar” acabou por ser uma mistura entre a informação e o entretenimento, pois os assuntos tratados eram efetivamente de interesse público e consequentemente jornalístico, atuais e pertinentes, mas eram tratados de uma maneira assumidamente humorística e parcial, ainda que com material (imagens, vídeos, entrevistas, *soundbites*) recolhidos por jornalistas.

O objetivo, tendo em conta a oportunidade concedida pelo estágio de ter uma maior proximidade ao programa, foi observar e perceber os benefícios de um programa de

entretenimento, dentro de um jornal nacional, que não está vinculado a nenhum código deontológico, especialmente no que toca ao interesse e compreensão dos conteúdos jornalísticos por parte do espetador. É preciso ter em conta que todo o material (declarações de políticos, *soundbites*, imagens etc) usado no programa foi recolhido por jornalistas, inclusive por mim durante as minhas saídas em reportagem. Daí todos os jornalistas da redação terem uma relação próxima com o programa, e com o Ricardo Araújo Pereira que, muitas vezes se dirigia aos jornalistas para trocar impressões ou pedir algum esclarecimento sobre o material. Para além de que era possível assistir todos os dias ao programa presencialmente, para além de ter acesso aos “bastidores” e perceber toda a preparação que era feita, tanto com o público como com os convidados. antes de se entrar em direto.

Como referido, este programa teve duas temporadas, ainda que, como explicarei no terceiro capítulo (dedicado à metodologia), tenha decidido focar-me apenas na segunda que passou a ser emitida durante os dias de semana, em direto nos estúdios da TVI, e que continuava dentro do alinhamento do Jornal das 8, ou seja, em horário nobre.

O estúdio onde era transmitido o programa, à semelhança de alguns programas americanos, era composto por um cenário muito parecido ao do Jornal das 8 (mesa central onde aparece o pivot, ou neste caso Ricardo Araújo Pereira, com os convidados a sentarem-se numa das pontas) mas também tinha estrutura de alinhamento semelhante. Ou seja, havia um apresentador (Ricardo Araújo Pereira), no lugar onde está o pivot no Jornal das 8 que apresentava as notícias de ordem do dia por vezes com uma aproximação bastante formal a um comentário de jornal. Numa primeira análise muito superficial, pode até dizer-se que a principal diferença entre o segmento “Gente que não sabe estar” e o Jornal das 8, estava na ironia da linguagem usada por Ricardo Araújo Pereira. No Jornal das 8 da TVI, é bastante comum haver convidados que chamados a comentar determinado assunto, ou até representantes políticos que são convidados para serem entrevistados e dar o seu parecer sobre uma notícia de ordem do dia. Neste caso a maioria dos convidados foram responsáveis políticos ou candidatos, pois a segunda temporada realizou-se exclusivamente para acompanhar as campanhas políticas dos partidos antes das eleições de Outubro de 2019. Por não querer focar este estudo de caso apenas no humor na política, visto que já há bastantes estudos sobre a sátira política e poucos nesta área mais abrangente que pretendo desbravar, escolhi três episódios específicos para a análise que fiz, seleção que procurarei justificar no Capítulo 3.

O programa contava com mais oito humoristas, além de Ricardo Araújo Pereira: Cláudio Almeida, Manuel Cardoso, Cátia Domingues, Guilherme Fonseca, Miguel Góis, Joana Marques, Ricardo Araújo Pereira e José Diogo Quintela.

Como referi no início desta introdução, Ricardo Araújo foi um dos impulsionadores deste género de programas, estilo *late-night shows*, em Portugal. Nascido a 28 de Abril de 1974, em São Sebastião da Pedreira, todo o seu percurso académico foi realizado em instituições ligadas à Igreja Católica. Durante o ensino básico e secundário passou por colégios de freiras vicentinas e padres franciscanos e jesuítas e licenciou-se em Comunicação Social e Cultural na Universidade Católica Portuguesa.

Ricardo Araújo Pereira estagiou como jornalista na redação do Jornal de Letras, Artes e Ideias e depois na TVI, também como jornalista. Tem várias obras publicadas, e quem o conhece (tal como tive o prazer de testemunhar para a elaboração deste relatório), percebe que tem um sentido crítico e um humor bastante apurado, uma combinação que o levou em 2003 a criar o grupo humorístico Gato Fedorento, composto por Miguel Góis, Zé Diogo Quintela e Tiago Dorés. Escreve semanalmente crónicas para a revista Visão, e tem várias obras literárias publicadas, incluindo crónicas com quatro volumes intitulados “Boca do Inferno” (2007-2013) -uma das quais foi distinguida com o Grande Prémio de Crónica APE-, duas coletâneas da Mixórdia de Temáticas (2012 e 2014), um ensaio apelidado de “A Doença, O Sofrimento e a Morte entram num Bar: Uma espécie de manual da escrita humorística”, de 2016, e recentemente, a compilação Reaccionário com Dois Cês em 2017.

A nível televisivo integra o painel de debate do Governo Sombra, antes transmitido na TVI24 e que, à data da realização deste relatório, é emitido na SIC Notícias. Era o responsável pelo “Gente que não sabe estar”, mas em Janeiro de 2020 mudou-se para a SIC e criou o programa “Isto é gozar com quem trabalha”, que estreou em Março de 2020.

Ricardo Araújo Pereira foi militante do PCP, partido que mais tarde abandonou, mas nunca escondeu a sua inclinação política de esquerda, o que é visível nas entrevistas que realizou aos convidados de centro e direita no seu programa.

A estrutura deste relatório, para além da introdução e da conclusão, está dividida em cinco capítulos principais, com vários subtítulos. O 1º é referente às atividades desempenhadas durante o estágio e uma avaliação pessoal de tudo o que aprendi e o apoio que me foi

dado durante o processo, inclusive o que levou a escolher o programa “Gente que não sabe estar” como estudo de caso e a pertinência dessa escolha. De seguida, no 2º capítulo entramos na parte teórica do tema, ou seja, o estado da arte. Com base em vários autores especialistas no tema, é feita uma descrição do percurso do jornalismo e do humor, e do cruzamento das duas áreas ao longo do tempo, para além do seu respetivo impacto tanto nas audiências como nas definições originais de ambos. O 3º capítulo é relativo à metodologia e descrição de como cheguei às perguntas de partida, de como vou executar a análise de resultados, inclusive a explicação dos episódios escolhidos para debater o meu estudo de caso, que fontes usei e as devidas explicações. Por fim, o capítulo quatro é destinado à análise de resultados com uma descrição detalhada dos pontos-chave onde o jornalismo e o humor se cruzam, ou quando uma área se destaca mais do que a outra nos três episódios escolhidos. Por fim, em anexo optei por incluir a entrevista na íntegra, que fiz a Ricardo Araújo Pereira, em Fevereiro de 2020, sobre o humor, as suas possibilidades como aliado do jornalismo e o objetivo do seu programa “Gente que não sabe estar”.

Capítulo 1 Descrição das atividades desenvolvidas no estágio curricular

A TVI é uma das estações principais de informação do país que surgiu na década de 90, primeiro com a designação de canal quatro. A origem do canal teve uma associação forte à Igreja Católica através de acionistas como a Universidade Católica Portuguesa, Rádio Renascença, Santuário de Fátima e a Companhia de Jesus. Em 2010 foi lançada a TVI internacional, em 2012 a TVI ficção e em 2015 a TVI *Reality* e a TVI África, no mesmo ano também é lançado o TVI *Player*.

No âmbito da componente não letiva do meu mestrado em Jornalismo, comecei a estagiar no dia 1 de agosto de 2019 na TVI, em, Lisboa, na área da informação na agência 24.

Inicialmente estava previsto começar a estagiar em Setembro de 2019, durante três meses, mas acabou por ficar estipulado que o meu estágio teria a duração de seis meses, apesar de ter acabado umas semanas mais cedo (no dia 4 de Janeiro de 2020) a pedido do órgão de comunicação que me quis contratar.

Antes de o estágio começar, todos os candidatos têm de passar por uma entrevista para saber se são ou não efetivamente aceites naquele órgão de comunicação, e para delinear mais ou menos as funções durante esse tempo. A minha entrevista foi com a Dra. Rita Branco dos recursos humanos e Paula Oliveira, coordenadora dos estagiários e diretora de informação da TVI24. Na altura sugeriram-me que agosto seria uma melhor altura para começar na medida em que a redação estava mais vazia, graças às férias de Verão o que me dava uma maior oportunidade de mostrar trabalho. No plano inicial do meu estágio ficou previsto que eu passaria pelas várias editorias e setores da redação.

Ainda durante a entrevista mostrei o meu interesse em trabalhar com a equipa da jornalista Alexandra Borges, responsável pelas reportagens de investigação. Uma das razões de ter escolhido a TVI foi para ter oportunidade de aproveitar para perceber melhor como se desenvolve um trabalho de investigação, especialmente em tempo reduzido como é o caso da jornalista Alexandra Borges que tem uma rubrica quinzenal. A coordenadora do estágio, Paula Oliveira, aceitou falar com a Alexandra Borges para me aceitar, mas apenas quando eu já tivesse uns meses de casa e já tivesse mostrado aquilo que sabia fazer.

1.1. Funções desempenhadas

No primeiro dia, fui apresentada pela Dra. Rita Branco, dos recursos humanos, ao editor de sociedade da TVI Francisco Prates, que apontou rapidamente para as várias secretárias

espalhadas pela redação, e explicou quem é que estava em cada uma delas. A área informação da TVI tem várias áreas, mas as principais são:

- 1) A Agência 24, que é dividida por editorias: sociedade, internacional, política, crime economia e desporto. Tem editores atribuídos a cada uma e jornalistas que trabalham para as peças do Jornal da Uma e das 8, e fazem diretos para os jornais do canal da TVI24;
- 2) O canal da TVI24, conhecido na redação como *desk*, que é um canal exclusivo de informação, com blocos de notícias, praticamente de hora a hora, e tem uma equipa de jornalistas que raramente saem para o terreno e são responsáveis pela atualização constante da informação de qualquer área (mais detalhes no decorrer deste capítulo). A nível de editores, também há apenas um por jornal, ao contrário da agência 24. A trabalhar em conjunto com os dois canais, está a produção, o grafismo, os repórteres e editores de imagem e a agenda, que vai acompanhando e atualizando os assuntos da ordem do dia;
- 3) O digital, jornalistas responsáveis por fazer artigos para o site e aplicação da TVI.

Após as boas vindas, foi-me dito para me sentar e ficar a ver as notícias nos jornais. Foram várias horas naquilo, até que fui almoçar. À tarde voltei visivelmente menos animada, por ainda não ter desempenhado qualquer tarefa (nunca descurando a importância de consultar jornais mal se chega à redação, essa foi uma das primeiras coisas que me foi ensinada), e tenho a certeza de que o Francisco percebeu porque me mandou sentar ao junto da jornalista Vânia Ramos, para ver a peça que ela tinha para fazer e acompanhá-la na rua.

O início do meu estágio coincidiu com a segunda greve dos motoristas de matérias perigosas, no meu primeiro dia, a tarefa da Vânia Ramos era fazer uma peça sobre o aumento da procura de jerricans, e para tal tinha de recolher *vox pops* nas bombas de gasolina, ver nas grandes superfícies se havia *jerricans* disponíveis, e falar com algum gerente.

Ainda antes de sairmos, foi necessário fazer alguns contactos, para garantir a autorização de filmagens nas lojas. Nesta fase a jornalista deu-me algumas dicas de como falar ao telefone para tentar obter respostas positivas. Nesse dia aprendi logo o que se faz antes de se sair para reportagem, e o que fazer quando se volta.

Poucos dias depois fui para Aveiras, o local central da greve, para ver a jornalista Cátia Esteves a fazer diretos. Na mesma semana também tive a oportunidade de ir a uma conferência de imprensa onde estava o Ministro do Ambiente, para aprender a diferença entre os diretos de rua e os mais institucionais, e como proceder nas diferentes situações.

A minha última saída apenas a observar foi com o jornalista José Manuel Santos sobre as touradas TVI; o jornalista fez vários diretos ao longo do dia, mas num tom mais de entretenimento.

Em baixo deixo os exemplos de diretos que tive oportunidade de observar durante o estágio:

- Diretos de ponto de situação para os diferentes jornais da TVI e TVI24, com jornalista sozinho ou com entrevistado,
- Diretos para ouvir declarações, muitas vezes com necessidade de fazer perguntas, ou repetir alguma questão que tenha sido feita ao entrevistado antes de ter entrado em direto,
- Diretos com um *off* (falar sem estar a aparecer na câmara) de introdução antes das declarações e com a possibilidade de fecho em *off* após as mesmas,
- Falsos diretos, conhecidos como “*on tape*”,

A maioria dos jornalistas quando sai em reportagem volta para a redação e monta uma peça com o material recolhido. Para treinar a escrita televisiva, sempre que ia acompanhar um jornalista e havia peça para fazer, também montava a minha própria estrutura como se fosse fazer a peça, e quando havia tempo pedia opinião aos editores. Foi aí que aprendi a fazer a estrutura de uma peça, cortar vivos (entrevista), escrever o texto, gravar a voz, e por fim levar ao editor de imagem para juntar as imagens de acordo com a estrutura do texto. Uma das coisas que mais notei foram as melhorias na minha escrita para televisão, uma vez que o mestrado não focou muito esta parte, o que se revelou uma dificuldade quando cheguei à TVI.

Ao fim de duas semanas de estágio, comecei a fazer contactos para outros jornalistas irem fazer reportagens. No dia eu também acompanhava porque era o ponto de ligação entre o entrevistado e o jornalista. Também comecei a sair sozinha para ir buscar entrevistas para outros jornalistas que não tinham tempo de sair e ainda ir montar a peça. Normalmente,

os jornalistas davam-me algumas perguntas e o contexto da peça, mas eu tinha liberdade para fazer as minhas próprias perguntas fosse pertinente.

Eventualmente comecei a ter mais autonomia e confiança naquilo que fui observando e aprendendo e experimentei começar a sugerir ideias de possíveis peças aos editores. Maioritariamente eram *fait divers* (assuntos mais “leves”, sem grande conteúdo ou importância jornalística), ou então iniciativas culturais, mas dava para passar no Jornal da Uma ao fim de semana.

Durante a semana estava atenta ao que se passava em Lisboa, fazia os contactos necessários para perceber se havia possibilidade de fazer reportagem e após aprovação dos editores, marcava-se o dia para eu ir juntamente com o repórter de imagem. Ou seja, estava a desempenhar função de jornalista, pois todas as entrevistas eram feitas por mim, tal como o texto e a estrutura da peça, a única condição é que tudo tinha de ser revisto por um editor e eu não podia dar voz nem assinar, tinha sempre de pedir a algum jornalista que estivesse disponível para ler por mim. Ao fim de algum tempo já eram os próprios editores que às vezes me pediam para ir cobrir algum evento.¹

Em meados de Setembro ensinaram-me a legendar peças, e como fazer *offs* (texto lido somente pelo *pivot* com um clip de imagem por cima, que pretende dar notícias curtas). Também aprendi as bases do programa de edição (que é diferente daquele que é ensinado na faculdade) pois além de escrever o *off*, também tratava do clip.

Quando não estava a tratar das minhas reportagens, pediam-me muitas vezes *offs* de última hora, ou para legendar peças de jornalistas que estavam no estrangeiro.

Assim que comecei a ficar mais rápida na montagem das peças, e mais perspicaz com a informação a recolher no terreno, os editores colaram-me em algumas situações de última hora. Por exemplo, no dia 1 de Outubro, foi descoberta uma creche ilegal na Amadora. O aparato era grande e todos os órgãos de comunicação estavam no terreno. Na TVI não havia jornalistas disponíveis para ir e mandaram-me fazer a reportagem. Quando acabei de fazer a recolha do material, faltavam cerca de duas horas para o início do Jornal das 8, o que para um jornalista experiente é muito tempo; para mim foi uma pressão enorme, porque achava que não ia tentar tempo de chegar à TVI e montar a peça. Desta vez houve

¹ Links disponíveis de algumas das peças realizadas, no subcapítulo 1.3

um cuidado extra dos editores a ler a peça, pois era um assunto que estava na ordem do dia.²

Como mencionado na introdução deste relatório, o programa, para além de pertencer à estação de televisão onde estagiei, utilizava conteúdo recolhido por jornalistas quando saíam da redação em reportagem. Ou seja, era comum haver momentos de troca de ideias entre os editores do jornal e Ricardo Araújo Pereira para definir a abordagem de certos temas, sendo que o jornalista que estava ligado aquele assunto também era envolvido. Como estagiária que saiu em reportagem algumas vezes, o meu material também chegou a ser entregue a Ricardo Araújo Pereira e à sua equipa. De acordo com o canal TVI, o “Gente que não sabe estar” era considerado um segmento humorístico e de entretenimento dentro do alinhamento do jornal, algo que já é característico do canal – se analisarmos o alinhamento do Jornal das 8 encontramos a reportagem semanal “Seis por meia dúzia” feita pelo jornalista Vítor Moura Pinto que é uma espécie de resumo do que aconteceu na vida política e aquilo que o jornalista considerou mais engraçado, sendo que muitas vezes eram episódios que não tinham necessariamente conteúdo jornalístico e informativo, apenas *fait divers*. Tal como o segmento do “Gente que não sabe estar”, tem a sua própria banda sonora e está sempre no final do alinhamento.

No início de Novembro, ponderava falar com a minha coordenadora de estágio, Paula Oliveira, para passar à equipa da Alexandra Borges, uma vez que sentia melhorias no meu desempenho ao longo dos tempos. Antes de me pronunciar sobre o assunto, recebi um convite para fazer parte da equipa da TVI24, na área do *desk*. O trabalho é muito diferente daquele que é feito na Agência 24, e foi-me logo explicado que exige um conhecimento geral de todas as editorias pois ao contrário do que acontece na Agência 24, num dia os jornalistas do *desk* têm de trabalhar mais do que um tema, e por norma em tempo reduzido.

Primeiro foi-me comunicado que iam dar início ao processo de contratação ainda nesse mês, mas passado uns dias disseram-me que afinal só era possível fazer contrato a partir de Janeiro devido às mudanças internas pela qual a TVI tem vindo a passar.

² Link da peça da creche ilegal https://tvi24.iol.pt/videos/psp-encerra-creche-que-tinha-alvara-para-ser-cabeleireiro/5d93acfa0b7015deb83a9a61?fbclid=IwAR0nezo8jhujbBUMgrdOgEp-J2M-079EKS3B75KfTpfgoTVs6_RIQZN3pyg

Com base na proposta de trabalho feita, a Paula Oliveira recomendou-me que continuasse o estágio no *desk* da TVI24 para ir aprendendo as minhas responsabilidades futuras. Como ainda estava em estágio, e o meu interesse era continuar na Agência 24, para poder estar no terreno (visto que após a oferta de emprego, já não podia integrar a equipa da Alexandra Borges, estar na Agência 24 sempre me dava a oportunidade de sair da redação) consegui chegar a um acordo, e passei a fazer uma semana na Agência 24, mantendo o registo de sugestão de peças e *offs*, e outra semana no horário da noite (18h-02h) no *desk*.

O *desk* da TVI24 consiste numa equipa de jornalistas bastante mais pequena, e como já tinha referido com tempo bastante reduzido para acabar as peças ou *offs*, pois os jornais são praticamente de hora em hora na TVI24.

As principais funções consistem em:

- Pegar no material que foi enviado pelo jornalista que está no terreno, e cortar vivos, bem como fazer linha de *pivot* ou um *off* a dar contexto daquilo que está a ser dito
- Escrever *offs* com informação atualizada, para cada bloco de notícias
- Sempre que acontece alguma notícia de última hora, o *desk* é responsável por recolher o maior número de informações e imagens usando todos os meios possíveis (redes sociais, *YouTube* e órgãos de comunicação locais)
- Quando o bloco de notícias começa, o editor vai para a *reggie* mas vai comunicando com o jornalista que está no *desk*, sempre que é preciso alterar algum lead, chamar convidados, ou se há informação a chegar e é preciso cortar vivos ou escrever um *off*
- Fazer peças com informação vindas de agências estrangeiras, ou com material enviado por jornalistas da Agência 24.

Fazendo uma análise geral, as funções que desempenhei durante o estágio deram-me uma maior experiência na área da edição, da capacidade de empatia e reação rápida nas entrevistas e na recolha da história (perceber o assunto, ver com quem falar, o que perguntar, aquilo que já vem de trás). A minha escrita para televisão também melhorou substancialmente. Ao mesmo tempo considero que teria sido importante ter sido posta numa situação onde pudesse treinar os diretos (fazer um de treino, e ter alguém a ver e a

corrigir) em vez de ter só observado, e receber algum apoio na questão da colocação de voz para fazer a leitura de uma peça.

1.2. Apreciação geral do estágio

O estágio correu bastante bem e deu-me as bases necessárias para desempenhar as funções que me são pedidas agora já em contexto laboral.

Apesar dessa preparação, não posso deixar de mencionar a falta de acompanhamento que houve na parte da coordenação do estágio.

Durante o decorrer dos meses, os jornalistas sempre estiveram dispostos a ensinar-me, ou a tirar-me alguma dúvida e os editores sempre me corrigiram os textos, mas mesmo assim não senti que houvesse a pessoa que devia estar responsável por mim me tenha orientado, ou tenha tentado perceber sequer como estava a ser a experiência.

Todas as reportagens que fiz por iniciativa própria ou a mando de algum editor foram sempre pensadas por mim, nunca tive qualquer tipo de briefing sobre como agir, o que fazer ao chegar aos locais, etc. Todos esses pormenores vieram dos jornalistas, e daquilo que fui observando.

Especialmente nas primeiras semanas, quando ainda não tinha grande confiança no que estava a fazer, recorria várias vezes aos editores, e acabava por ficar confusa sobre qual seria a maneira certa de fazer as coisas pois cada editor tinha a sua maneira e a sua opinião. Um grande problema da TVI é a falta de comunicação e a desorganização entre editores, produção, editores de imagem e os próprios jornalistas, e especialmente no início tenho noção de que esse problema me tenha dificultado a aprendizagem e a própria integração no meio.

O meu horário era das 14h às 21h, e à noite era das 18h à 00h, de segunda à sexta, mas podia mudar se tivesse reportagens marcadas noutra hora. Também cheguei a fazer fins de semana, mas folgava antes, ou no início da semana. O que falhou nesta questão dos horários foi a quantidade de horas excessivas que por vezes era obrigada a fazer, devido à desorganização interna. Cheguei a sair às 2h e a entrar às 8h no dia seguinte para uma reportagem, o que do meu ponto de vista não foi sensato tendo em conta que estava apenas a desempenhar um estágio, e o descanso é essencial para qualquer bom desempenho.

Também havia dias em que vinha para a redação e não tinha trabalho para fazer, o que acabava por ser frustrante.

Os horários noturnos que correspondiam ao trabalho de *desk* na TVI24 correram sempre bem, mas foi-me imposta demasiada responsabilidade. Chegou a haver noites em que eu era a única “jornalista”, apesar de ainda não ter carteira profissional. Se houvesse alguma última hora, eu é que tinha de trabalhar a notícia e contactar diretamente com o editor, que depois ia para a *reggie*, por isso não me conseguia auxiliar se fosse preciso.

No geral gostei bastante destes 5 meses, aprendi imenso, e consegui ver progressos significativos ao longo do tempo. A parte académica é sem dúvida importante e dá as bases para começar, mas só o estágio prepara os futuros jornalistas para aquilo que vão encontrar.

As atividades que desempenhei permitiram-me entrar para a equipa confiante daquilo que ia fazer. Apesar da desorganização e falta de acompanhamento, agora consigo ver que os percalços ao longo do tempo ajudaram-me a aprender a lidar melhor com situações de stress, em ambientes onde me sinto menos confiante, o que é sem dúvida uma mais valia para o mundo laboral.

Para além das componentes práticas, o facto de ter contribuído para o programa “Gente que não sabe estar” com material das minhas reportagens ajudou-me a encontrar um tema para o meu relatório de estágio. Ao ver o cruzamento de dois géneros tão distintos, o humor e a informação percebi que o primeiro podia ser o complemento de um jornalismo que luta pelas audiências.

Não é segredo que são dois formatos distintos, como já foi referido o jornalismo tem regras que o humor não tem, pois está associado ao entretenimento. No entanto, a linguagem simples e direta do humor, neste caso de Ricardo Araújo Pereira conseguia explicar melhor certas notícias que tinham passado no jornal sobre política que para quem não acompanha regularmente pode torna-se difícil de acompanhar. Um dos assuntos que debati com Ricardo Araújo Pereira foi o facto de o “Gente que não sabe estar” estar inserido no alinhamento do jornal das 8, mas com a sua própria introdução e música de introdução, o que obviamente não acontece com uma peça de jornal normal que tem apenas o pivô, ou seja, havia aqui uma tentativa visível de separar as notícias do que ia acontecer a seguir. Estas minhas percepções levaram-me a escolher este mundo “misturado” do jornalismo com o entretenimento como meu tema de relatório de estágio.

Sempre que ia assistir aos programas, uma vantagem associada ao estágio, punha-me sempre no lugar de um espetador e perguntava-me o que é tinha obtido no final de cada programa à parte de uma boa gargalhada. Quando escrevia peças, ou assistia às que tinham sido feitas para o jornal, por colegas meus especializados em política, pensava em como as mesmas iam ser usadas por Ricardo Araújo Pereira, e do ponto de vista jornalístico conseguia ver que as peças do jornal cumpriam as regras do código: eram verdadeiras, ouviam todas as partes, tinham fontes, etc. E perguntava-me que efeito teriam nas pessoas quando as vissem, será que iam mudar de opinião política? Será que alguém sempre votou no Partido Socialista poderia mudar a sua visão apenas por ver uma peça no jornal, por exemplo quando o Primeiro-Ministro António Costa se “chateou” com um popular na sua última arruada e foram feitas peças sobre isso? Do meu ponto de vista como espetadora não senti que esse fosse um ponto decisivo para mudar uma intenção de voto, no entanto, ao ver o mesmo tema no programa “Gente que não sabe estar”, Ricardo Araújo Pereira foi mais irónico e deu muito tempo de antena ao acontecimento, sendo que senti que criticou abertamente o problema que era ter um Primeiro-Ministro que “perde a cabeça” facilmente. Daí comecei a pensar: será que este programa tem a capacidade de fomentar mais o pensamento e discussões, visto que há maior liberdade para criticar em programas deste género, algo que no jornalismo não é permitido? E mais importante, que é o objetivo central do meu tema: será que estas duas práticas se cruzam? Onde e como? E resulta?

1.3. Exemplos de peças desenvolvidas durante o estágio

No total realizei cerca de 50 reportagens durante o estágio (sem contar com os *offs* pedidos pelos editores); no entanto deixo apenas os links daquelas que considero terem sido mais elaboradas.

24 agosto 2019 – Nascimento suricatas no Jardim Zoológico

<https://tv24.iol.pt/videos/estes-suricatas-estao-a-encantar-o-zoo-de-lisboa/5d6191150cf2cdc822190ca8?fbclid=IwAR3rm2TzXdHU1KkAqg3TjnsfufbH1MOqGpSoiV6FLiTF-qQQ4Gj7SAH3VLQ>

7 setembro 2019- Musical Chicago

https://tvi24.iol.pt/videos/a-broadway-esta-prestes-a-chegar-a-lisboa/5d7410ac0cf2cdc822194939?fbclid=IwAR0Jf77pAiHWvjPxKHONzzp_Hu_7POafEqm9tNZg5Hwd9COCS6C5obgB7uM

15 setembro 2019- Exposição “Na pele dela”

https://tvi24.iol.pt/videos/figuras-publicas-masculinas-posam-em-situacoes-tipicamente-femininas-pela-igualdade-de-genero/5d7e1ca90cf29c887d13af69?fbclid=IwAR2I6zPfxTK_dAZTI7FIKUSp-1cA_B7dU_wUtz7oTqDFPfxqp0XYErKN2ig

27 outubro 2019 – Lisbon Week

https://tvi24.iol.pt/videos/sociedade/marques-de-pombal-visita-jardim-botanico-de-lisboa/5db593b50cf2fd572776c909?fbclid=IwAR2YYJ9yEmVEVIUB_dICssJLb9vITy17Y62wUcohogY7jqnh0wdASkc-WhE

15 novembro 2019 – Exposição Harry Potter

https://tvi24.iol.pt/videos/cinema/hogwarts-quidditch-e-mandragoras-na-exposicao-dedicada-ao-mundo-de-harry-potter-em-lisboa/5dcea32d0cf255b1bc19b7dc?fbclid=IwAR0z6hotNMprVwGkJwOth7DS1AKKXR_4PEvyI7QoOj8Asg0AQjzpIgUld0

19 novembro 2019 – Associação estudantes de medicina e Ministério da Saúde

https://tvi24.iol.pt/videos/sociedade/estudantes-de-medicina-entregam-mais-de-3-mil-cartas-ao-governo-com-alertas/5dd456230cf255b1bc19ca7a?fbclid=IwAR3nhxiimN7F0fcFnzictYKxR9pKM1aLiBiIJ9T8_paoJ6oUn0JvIi3hKek

Capítulo 2 Transformações no jornalismo e o papel do humor

A essência do jornalismo baseia-se num sistema concebido pela sociedade para fornecer notícias. A sua principal finalidade é “fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (Kovach & Rosenstiel, 2004: 16).

O professor e investigador Joaquim Fidalgo começa o seu artigo “em trânsito pelas fronteiras do jornalismo” publicado em 2019 com uma explicação do início desta ferramenta tão essencial ao funcionamento da sociedade. “A história da constituição do jornalismo enquanto profissão é, em boa parte, a história do desenho e da afirmação das fronteiras que delimitam um território específico sobre o qual os ‘legítimos’ representantes reclamam uma determinada jurisdição” (Fidalgo, 2019:1).

Os profissionais da área de jornalismo devem estar registados na Comissão da Carteira Profissional de Jornalista e renovar anualmente a licença (denominada de carteira de jornalista). Começando pelo básico, o profissional para além de responder às conhecidas questões “quem”, “quando”, “onde”, “como”, “porquê” e “como”, deve seguir o código deontológico do jornalismo. Este é severo no que toca à veracidade da informação, à sua independência, à proteção e confirmação das fontes e ao seu compromisso com abranger os vários ângulos envolvidos da estória, nunca preferenciando lados. Uma infração ao código poderá custar a carteira ao profissional.

O código é sagrado, mas o jornalismo é um mar de possibilidades e é preciso ter-se cuidado para não perder a essência do mesmo, que é informar. A questão da opinião e da imparcialidade é por vezes uma área cinzenta das redações, pois é comum nos telejornais terem comentadores, muitas vezes não especializados na área, a comentarem determinado assunto, mas é necessário ter em conta que são devidamente identificados como “fazedores” de opinião. “O jornalismo deve, assim, servir de fórum para a crítica e o compromisso públicos. Contudo, nesta nova era, é mais importante, e não menos que este debate se baseia nos mesmos princípios do restante jornalismo- veracidade, fatos e verificação. Um debate baseado em preconceitos e suposições apenas incendeia os ânimos” (Kovach & Rosenstiel, 2001:140). Ao mesmo tempo, o jornalista também tem uma obrigação para com a sua consciência e recusar-se a criar algo que acreditam em não ser ético.

Claro que há todo um conjunto de critérios a seguir para saber avaliar o que é ou não notícia, atendendo por exemplo à maneira de cada redação trabalhar e se tem por exemplo alguma tendência política.

Ainda assim, seja de acordo com teóricos com Kovach e Rosantiel, ou com os ensinamentos que me foram passados tanto no decorrer do meu mestrado tanto durante o estágio, é seguro dizer que o jornalismo deve trabalhar para dar informação:

- transparente/verdadeira, baseada em boas fontes
- proporcionada
- objetiva
- verificada
- leal aos cidadãos
- interessante e relevante (critério da proeminência)
- que ligue histórias a temas mais profundos (revelação)

Também as entrevistas são uma parte fulcral de qualquer história. O jornalista deve separar a sua opinião pessoal de modo a não contaminar uma notícia. A empatia é crucial para conseguir bons resultados com os entrevistados, deve-se ser firme, mas evitar ao máximo “atacar descaradamente” o entrevistado, ainda para mais se não houver acusações em concreto e apenas gostos pessoais. Tudo isto são critérios que constam no novo código deontológico dos jornalistas aprovadas no 4º Congresso dos Jornalistas, em janeiro, e confirmadas no referendo de 26, 27 e 28 de outubro de 2017.

Adicionalmente, e isto foi um dos ensinamentos que me foram transmitidos durante o estágio pelos meus editores e colegas jornalistas, estar informado sobre o assunto e escolher as pessoas certas para entrevistar são fatores importantes para garantir o sucesso e a compreensão total do assunto em questão, tentando sempre que todos os lados envolvidos sejam ouvidos. Tudo isto deve estar também associado ao facto de não ter medo de perguntar e de pedir explicações quando não se percebe algo. A persuasão pode levar o entrevistado a dizer mais do que quer por vezes, tal como o encorajamento nas respostas, daí ser absolutamente necessário dominar o campo em investigação e nunca dizer de antemão o que vai ser perguntado, de modo a tentar que a sessão seja o mais genuína possível.

Ainda assim, e mesmo trabalhando com base nestas filosofias/critérios, a realidade, de acordo com Geoffrey Baym é que o jornalismo tem vindo a sofrer mudanças radicais ao longo dos anos: “Na batalha cada vez mais competitiva pelas quotas de mercado, alguns dos principais básicos do bom jornalismo: independência, investigação e verificação –

são frequentemente sacrificados devido à exigência de conteúdos cativantes.” (Baym, 2005: 259).

“Crise no jornalismo” é uma expressão bastante ouvida no meio. Há quem culpe o digital, há quem ligue a crise a erros passados. Independentemente da crise ou da razão pela qual esta possa existir, vivemos numa época de mudança. Kovach e Rosenstiel defendem que “cada geração cria o seu próprio jornalismo.” No entanto “(...) a finalidade é a mesma” (2004:17).

As audiências estão cada vez mais exigentes, o facto de existirem múltiplas plataformas de aceder a informação constantemente atualizada criou uma pressão acrescida no universo dos media ‘*mainstream*’ e deu azo também àquela que é a luta diária de qualquer jornalista: a desinformação. As novas tecnologias proporcionaram uma nova liberdade, pois qualquer pessoa com acesso às mesmas tem a liberdade de escrever e partilhar o que quiser, ou seja é quase possível brincar aos jornalistas a partir de casa, e criar notícias falsas. Algo perigoso quando aliado a uma audiência sedenta por informação rápida, e por vezes pouco atenta.

“Estamos, portanto, muito longe da euforia quanto às potencialidades e ao verdadeiro mundo novo que os avanços tecnológicos e a sua massiva disseminação abriam à humanidade. Contudo, talvez seja precipitado esquecer quanto dessas potencialidades podem ser mobilizadas para combater a desinformação, a criação e a circulação acelerada de comunicação tóxica. Não creio que contra esta possamos lutar de forma eficaz utilizando apenas os meios de comunicação antigos” (Wemans, 2009:11).

Por razões de combate às *fake news*, ou por aquilo que faz uma redação trabalhar, foi necessário encontrar a melhor maneira de contar notícias, garantindo que a audiência percebe e se interessa pelas mesmas. Como tal, espaços autónomos com configurações muito próximas dos formatos e modelos jornalísticos tradicionais foram-se desenvolvendo.

“Os jornalistas estão a enfrentar uma pressão constante para se tornarem profissionais de entretenimento e encontrarem histórias que façam as delícias das audiências, em vez de as informar, entusiasmá-las em vez de educá-las.” (Frost: 2002: 17)

2.1. *Infotainment e Boundary-Work*

Infotainment e *boundary work* são dois conceitos que têm vindo a ganhar destaque nesta necessidade de adaptação do jornalismo. A fronteira entre entretenimento e jornalismo tem vindo a ser desafiada. O assunto gera opiniões controversas, mas é pertinente estudar as possibilidades de complementaridade entre os dois polos com a finalidade de melhorar a qualidade jornalística e fortalecer as ligações com as audiências.

Existe uma posição mais conservadora que defende que esta junção é demasiado simplista para fazer justiça à complexidade do jornalismo atual. “É improvável que as novas audiências se sintam atraídas por formatos que se pareçam com um seminário de sociologia” (Manning, 2001:7). Ainda assim, autores como Dennis McQuail defendem este fenómeno: “O muito criticado fenómeno do *infotainment* pode falhar quando se trata de atingir os altos critérios da informação de qualidade e a sua relação com a comercialização, mas não é simplesmente imposto por alguém superior sobre um público desatento e vulnerável” (McQuail, 2013:9).

O *infotainment* pode ser descrito como uma “combinação entre a reportagem factual e as convenções normalmente associadas ao entretenimento ficcional” (J. Hartley, 2002 apud Cabrera 2010:212), como “uma mistura de informação política em programas de entretenimento, ou características de entretenimento em programas tradicionalmente informativos” (Brants, 2002:50). Para Ana Cabrera, este fenómeno fornece contextos e temas para discussão e debate. Consequentemente atrai audiências proporcionando-lhes momentos de boa disposição.

No seu artigo, Ana Cabrera cita Gamson (1999) quando este sublinha que “o entretenimento televisivo quando apresentado em horário nobre pode influenciar a construção de ideias políticas” (2010: 211).

Numa perspetiva de avanço e sustentabilidade do jornalismo é bom olhar para este fenómeno como algo positivo: “as notícias estão a tornar-se mais voltadas para o entretenimento e o entretenimento está a abordar tópicos políticos.” (Boukes, 2019:1).

Mark Boukes, professor assistente na Universidade de Amesterdão, explica que o *infotainment* não pode ser considerado um género, mas sim uma mistura de géneros que representam novos formatos de fornecer notícias, particularmente na esfera política. (fig.1)

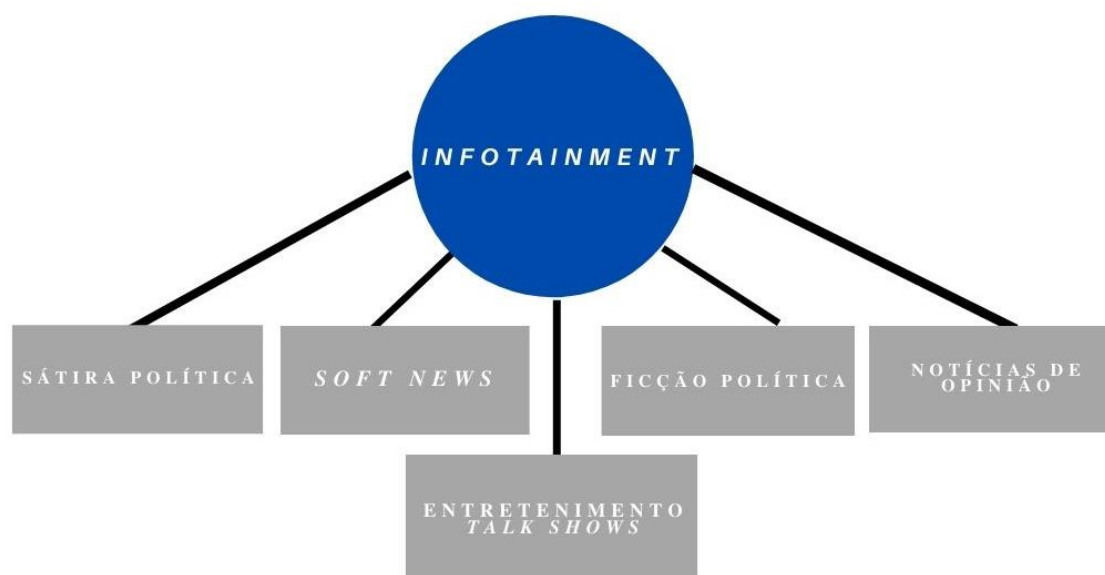


Fig.1 – Gêneros ou conceitos de *infotainment*. Fonte: Universidade de Amesterdão. 2019

O aumento de canais e possibilidades de receber notícias fragmentou as audiências, dando a falsa ideia de que as pessoas preferiam ser entretidas em vez de informadas. “O infotainment pode contribuir positivamente para a democracia ao atrair audiências que de outro modo, não seguiriam as notícias, adicionalmente, pode facilitar às audiências a compreensão de assuntos políticos, ao tornar mais acessível os mesmos em termos de linguagem, apresentação e enquadramento. A cobertura regular das notícias mostrou ser demasiado acelerada e demasiado complicada para muitos cidadãos, e os cidadãos também caracterizam o seu conteúdo como extremamente irrelevante para as suas vidas, ou simplesmente aborrecido” (Boukes, 2019: 3).

Kee Brants, também professor na Universidade de Amesterdão, escreveu um artigo em 2005, “Quem tem medo do infotainment?” onde fala de Jay Blumler (que, segundo Brants, é o autor mais representativo no toca ao discurso crítico sobre o *infotainment*, sobretudo à sua aplicação na política) e o seu receio sobre a televisão comercial, pois “a comunicação política que veicula é um misto de informação e entretenimento – a política é tratada como cultura popular, em vez de se constituir como assunto sério de conversa popular. A competição força a radiodifusão pública a adaptar-se aos gostos dos consumidores (politicamente menos interessados nela), o que contribui para a abstenção eleitoral. Trata-se de uma relação causal preocupante que enfraquece a democracia.” (Brants, 2005:44)

A mistura de géneros (admitindo a linguagem de Mark Boukes) a este produto audiovisual que recorre a formatos visualmente estimulantes, linguagem informal e conteúdos mais propícios de seduzir a audiência, ou seja, maximizar a potencialidade informação e consequentemente o jornalismo, é bastante desenvolvida por Sílvia António Luiz Anaz, doutorado em comunicação no seu ensaio, “A questão do entretenimento: o sucesso do *infotainment*”.

Anaz não nega a necessidade de haver classificações e hierarquias que diferem em função de vários fatores, neste caso, o código jornalístico e liberdade do entretenimento, mas vai mais longe e relembra narrativas que estimularam reflexões sobre temas relevantes da sociedade atual, e que fornecem um bom argumento contra o estereótipo do entretenimento, como o caso da saga *Harry Potter*, que ao criar personagens femininas fortes e independentes estimulou a conversa sobre o empoderamento feminino.

O raciocínio é igual para programas televisivos com conteúdo jornalístico, que usam as características de entretenimento referenciadas em cima, para fazer refletir e chamar à atenção para determinado assunto, mesmo que seja de maneira satírica (um componente a desenvolver neste capítulo), que automaticamente se tornam apelativas e “mercadológicas” (Anaz, 2018:145).

Joaquim Fidalgo liga o conceito de *boundary-work* ao estado atual do jornalismo. Para o professor este conceito no campo jornalístico está aplicado em 3 domínios, inclusive o *infotainment*.

O termo foi originalmente desenvolvido por Thomas Gieryn em 1983, e ditava que “a construção de uma fronteira entre ciência e variedade de não ciência é útil para que os cientistas possam atingir objetivos profissionais”. (Gieryn, 1983:781) Fidalgo afirma que graças ao ativismo e participação cívica, à publicidade e ao marketing, e ao entretenimento e humor “o cidadão comum nem sempre consegue distinguir “o que é o quê” e acaba por questionar a própria definição de jornalista. Ou seja, numa tentativa de se ganhar interesse e empatia, Joaquim Fidalgo acredita que estas áreas podem interferir nas redações perdendo-se assim o critério de notícia pura e dura, e passando a dar-se importância a assuntos que “vendam” mais, mas que podem não ser efetivamente de interesse jornalístico.

Olhemos para Kovach & Rosentiel, e a sua visão dos primórdios do jornalismo: “O território que os jornalistas procuraram delimitar com exclusividade, nos inícios do processo de profissionalização, tinha por objeto a procura, a produção, a edição e a difusão de notícias e a informação sobre a atualidade, mas estabelecendo como pressuposto que isso devia ser feito com respeito por um conjunto de padrões profissionais, princípios éticos e normas deontológicas: disciplina de verificação, rigor, objetividade, independência, abertura à prestação de contas (*‘accountability’*), orientação pelo interesse público” (Kovach & Rosenstiel, 2004: 180). Ainda assim, o mundo da informação está a mudar e o conceito de *boundary-work* deve simplesmente o passo seguinte se o jornalismo realmente quiser sair da crise de audiências em que se encontra. Ou seja, aproveitar os vários setores que exigem hoje em dia e trabalhar com eles em prol de arranjar um bom equilíbrio no que toca às audiências que precisa para sobreviver, e os benefícios que algo como o humor por exemplo pode trazer se for bem utilizado.

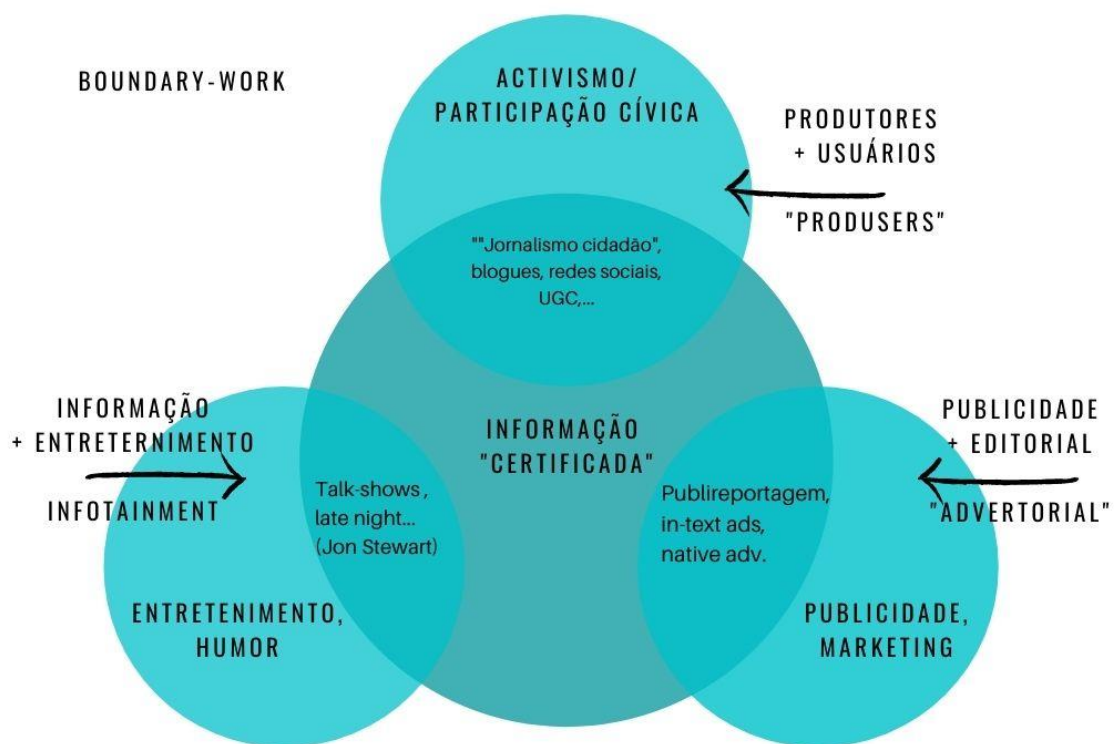


Fig.2. Zonas de *boundary-work* relacionadas com o jornalismo. Fonte: ERC, 2015

2.2. O humor no jornalismo

Usar o humor como uma estratégia editorial é uma possível abordagem que trará benefícios ao jornalismo. Este é um ângulo particular, que rompe todas as ordens sociais estabelecidas no jornalismo, tais como os discursos, gestos, estabilidade e conversas. “É uma construção cultural que subverte a construção social estabelecida e hegemónica, acabando por se transformar num outro olhar sobre a realidade e o mundo” (Pardal, 2015:7).

Em 2009 o jornalista brasileiro Eugenio Bucci criticou a área do jornalismo dizendo que “o jornalismo virou *show business*”, porém programas de carácter humorístico, como irei explorar mais à frente, geram grandes audiências. Poderá ser então esta a solução para a aproximação e envolvimento do público para com o jornalismo?

O humor atua através de um discurso que se aproveita de situações caricatas e dos erros das pessoas “responsabilizando-as pela sua ação” (Pardal, 2015: 8). Consequentemente é um discurso que provoca o riso, uma reação involuntária que sabe bem. Gray, Jones e Thompson (2009) defendem que o riso é uma experiência mais recompensadora do que apenas indicar mais uma prova patética e inconsequente da existência humana.

É importante ter em conta o que disseram David Swick e Richard Keeble em 2016: os factos às vezes são mais engraçados do que a ficção. E que apenas os jornais mais arrojados, liderados por editores um sentido de missão bem definido, permitem que o humor floresça dessa informação factual.

Mick Hume, jornalista e autor britânico, explora ideia de estender o humor ao jornalismo, ou seja, o que vai ao encontro da opinião de Swick e Kebeble sobre a realidade poder ser mais engraçada que a ficção. E Ricardo Araújo Pereira partilha dessa opinião e acaba por aplicá-la ao programa “Gente que não sabe estar” conseguindo assim transformá-lo num produto que atrai ao mesmo tempo que informa as audiências. Através do humor há sempre uma maior liberdade de dizer ou apontar certos aspetos, liberdade essa que o jornalismo não possui. No que toca ao jornalismo a sua missão está bem definida: expor a verdade, sem julgar, sem mentir e deixar o público criar a sua própria opinião. Ainda assim, a esta verdade levanta-se o problema: até que ponto é permitido expor essa verdade, ou de que maneira o jornalista tem o direito de ofender os intervenientes da mesma ao expor essa verdade, mesmo que não seja propositado?

Voltando a Hume, este concentra a sua escrita em questões da liberdade de expressão, da liberdade de imprensa, e desafia constantemente o termo “politicamente correto”. Para o jornalista a liberdade de expressão que todos detemos, jornalistas ou não significa que podemos ser ofendidos e que temos até esse direito, pois se concordamos com tudo perdemos essa liberdade. No festival literário da Madeira em 2018, Hume explicava que “não podemos dizer que temos direito à liberdade de expressão se esta acaba quando dizemos alguma coisa que as pessoas consideram demasiado ofensiva ou que foi demasiado longe. A corrente dominante não precisa de ser defendida. Existe o direito à liberdade de expressão e à liberdade de ouvir tudo para podermos julgar o que é verdade.” (Hume cit in Cipriano, 2018) Ou seja: cada pessoa deve ser livre de dizer o que quiser, até as coisas mais chocantes, para que os outros possam construir a sua própria opinião. Sem filtros ou paninhos quentes. Aplicado à linguagem jornalística a expressão dita por Hume torna-se relevante, e talvez responda à pergunta sobre os limites de ofensa no jornalismo: “Isto não significa, contudo, que não existam alturas em que a decisão mais prudente é “não dizer tudo”. Mas é importante que seja possível tomar essa decisão. “Decidir não o fazer é completamente diferente de não o poder fazer”.

Ricardo Araújo Pereira explicou no mesmo festival que o humor coloca muitas vezes problemas à liberdade de expressão, muito mais que qualquer outro discurso, mas que o contexto é sempre um fator importante. “Posso escrever num jornal que acho que os mercadores de milho estão a matar pessoas à fome com a sua política de preços, mas não posso dizer isso se estiver em frente a uma multidão [de mercadores de milho] armada.” Nesse sentido, o “contexto é importante”. Contudo, para que isso “seja válido”, as pessoas têm de saber interpretar o que é dito. “Há quem ache que é perigoso as pessoas ouvirem determinadas coisas porque não vão saber o que é ironia. Sempre me recusei a tratar o público como um conjunto de vegetais em casa, à espera de ser impressionado com a primeira coisa que ouve” (Pereira cit in Cipriano, 2018)

2.3. Caracterização do humor

Nuno Artur Silva afirmou no seu texto para a Antologia do Humor Português que “o humor é um termo genérico que contempla muitas variações e géneros, da ironia à sátira, do sarcasmo à parodia, do abjeccionismo à obscenidade” (Silva, 2008: 14).

De modo a entender o humor e as suas possibilidades, é importante olhar para o seu enquadramento na sociedade. Segundo Aristóteles na sua “Arte Poética”, o drama e a comédia diferenciavam-se, pois o primeiro tratava heróis, considerados homens superiores, enquanto que a comédia falava do povo/homens comuns. “O riso é, portanto, a experiência do nada, do impossível, da morte – experiência indispensável para que o pensamento ultrapasse a si mesmo, para que nos lancemos no “não-conhecimento”. Encerra com uma situação extrema da atividade filosófica: permite pensar (experiência refletida) o que não pode ser pensado” (Alberti, 2002: 14-15).

Na Roma Antiga a sátira assumiu a função de ridicularizar a morte do imperador, com o objetivo de glorificar o seu sucessor. Já na Idade Média, o riso teve sua função, que é a talvez a mais próxima do jornalismo: “a de desprender o homem medieval de seus costumes e tradições religiosas, tão fortes naquela época. Além disso, o riso possui uma relação direta com o senso comum, ou seja, com a sabedoria popular. Neste período, o riso opôs-se à mentira, à adulação e à hipocrisia” (Júnior, 2017:3). “(...) O humor meio que se esgueira nos *leasers*, relatórios e despachos mais improváveis. Há, e lamento dizê-lo, muito pouco mérito neste tipo de escrita” (Hollywood. 2014:415).

2.3.1. A Sátira

Apresentar uma definição concreta e reconhecida de sátira é quase impossível e, de facto, o autor G.L Hendrickson (1971: 49) defende que existe uma certa tendência para tentar definir sátira com termos que, só por si, já são complexos e detentores de significados dissemelhantes, como por exemplo, ironia ou comédia.

A sátira teve origem na literatura grega, com peças de teatro, e na cultura romana com o festival *Saturnália*, um evento feito em honra do Deus Neptuno. Estes dois contextos eram bastante diferentes entre si, no que dizia respeito a que classe social eram destinados. O teatro de comédia grega era um evento público, que visava criar uma sensação de pertença à comunidade através do riso. Já a sátira romana era destinada às elites. Autores como Voltaire ou Alexander Pope foram quase pioneiros não só da literatura como a conhecemos hoje, mas também do estilo satírico (Keane, 2007). “Todos partilham a peculiaridade de contar as suas histórias como se estivessem a contar uma viagem, um roteiro a algum lugar recôndito da imaginação, aliado à realidade social e política da sua contemporaneidade.” (Pardal, 2015: 11). Manifestações do estilo, a inteligência da mensagem, o poder de observação e a arte de manusear a língua eram os elementos mais

valorizados, pois “todos estes pontos conjugados criam a possibilidade de a sátira conseguir entreter, ao mesmo tempo que critica” (Ogborn & Buckroyd. 2001:13).

De acordo com a escritora e professora Linda Morris, a abolição da escravatura ou o direito de voto das mulheres foram temas abordados por autores satíricos. Este exemplo prova que este estilo procura sempre alcançar os temas mais controversos da maneira menos “politicamente correta”, em comparação com qualquer outra forma de comunicação. A sátira é uma valência do humor, no entanto com uma carga altamente pesada a nível de ataque a uma pessoa ou instituição de modo a ridicularizar sem ser obrigatoriamente cómica, que provoca na maioria dos casos riso, mas sempre com a finalidade de informar o público.

A grande diferença entre a sátira de hoje e a sátira na literatura estende-se à validade dos assuntos, tal como no formato do jornalismo tradicional, as notícias vão perdendo o seu interesse e relevância ao longo do tempo e sendo substituídas por outras da ordem do dia. Isto quer dizer que a função de *agenda-setting* no formato editorial humorístico é igualmente importante, para que os “alvos”, ou seja, pessoas ou situações que podem ser satirizadas, vão mudando conforme a atualidade.

2.4. Tendências humorísticas no jornalismo

Um discurso humorístico é diferente de um discurso jornalístico, daí ser também recebido e interpretado de outra maneira. Segundo Sara Ödmark, aluna de doutoramento na *Mid Sweden University*, no seu ensaio “*Making news funny*” (2018), o humor é uma forma interessante de negociação social, permitindo que a mensagem transmitida passe como uma “brincadeira” (apesar de munida de significado, que alerta e informa a audiência para determinada situação), o que não aconteceria, nem seria aceitável num discurso sério como obriga o discurso jornalístico.

Meios jornalísticos que trabalhem com o humor (infotainment) transmitem informação que é “recebida” pelas audiências já consumistas dos meios tradicionais. Porém é interessante realçar que essa mesma informação já foi posteriormente interpretada por líderes de opinião: “Tal como figuras populares que comentam as notícias e assuntos de ordem do dia de forma regular, os comediantes mais proeminentes podem ser considerados líderes de opinião, desde que tenham estatuto de celebridade, os comediantes também podem assegurar legitimidade política. (...) capital cultural e social

pode ser traduzido do entretenimento para outros campos como a política ou o jornalismo.” (Ödmark, 2018:4 apud Arthurs e Shaw, 2016. Borum-Chatoo e Green-Barber, 2018).

O estudo feito por Ödmark concluiu que a maneira como a informação é apresentada é um fator relevante no sucesso desse formato. O jornalismo deve apresentar *hard news* que, de acordo com o dicionário de Cambridge, são notícias consideradas de caráter importante e pertinentes para muitas pessoas, seja numa região particular ou numa uma escala mais abrangente. Mas a realidade de hoje em dia obriga a que as notícias tenham de ser dadas o mais rapidamente possível, o que por vezes significa muitas vezes que a notícia não é bem confirmada e se cometem erros. Mas também face ao vasto leque de oferta de meios informativos, as editoriais por vezes tendem a misturar o ponto fulcral da notícia (as *hard news*) com *soft news* ou seja, notícias que misturam entretenimento com informação, muitas vezes relacionada com a vida privada das pessoas (Cambridge Dictionary, 2020) numa tentativa de cativar as audiências.

O desenvolvimento dos meios de comunicação como hoje os conhecemos possibilitou a expansão de um formato editorial quase inteiramente satírico, mas informativo ao mesmo tempo. Este formato relaciona então os conceitos de *boundary-work* na categoria de *infotainment*. Jornais tradicionais com cartoons satíricos, programas televisivos em formato de entretenimento protagonizados por comediantes, segmentos dentro do próprio noticiário, jornalismo de *memes* e *gifs*, são alguns dos exemplos daquilo que é hoje um formato editorial munido de humor: uma forma de comunicação alternativa que visa expor e ridicularizar assuntos políticos e sociais de modo a não deixar que os mesmos passem despercebidos ao olhar do público.

2.4.1. O cartoon

O cartoon na imprensa teve desde sempre um significado editorial bastante forte, quase sempre satírico, que visava ridicularizar o mais possível o “vilão” da estória que estivesse na atualidade de momento, ultrapassando as barreiras da informação e transpondo um pouco para a sátira. A definição de *cartoon* entende-se por um desenho de caráter humorístico, que pode ou não ser legendado e que retrata o dia-a-dia da sociedade. O cartoonista António Maia defende que o público tende a descredibilizar a força que estes desenhos possuem: “o cartoonista coloca a verdade na boca dos bonecos e põe a nu as

fragilidades da sociedade (...) ver nele a voz do inconformismo (...) a voz dos desenquadrados, dos excluídos da sociedade (...) mas também o humor, mesmo que negro, mesmo que corrosivo” (Maia, cit in Ferro, 2009)

Este método continua a ser uma vertente regularmente utilizada pelos maiores e mais prestigiados jornais do mundo, tal como o “New York Times”, “Washington Post” ou até mesmo o português “Expresso”. Em 2011 durante o concurso *World Press Cartoon*, o diretor do jornal Expresso, Ricardo Costa, elogiava o poder jornalístico do *cartoon*: “o rasgo, o humor, a simplicidade ou a profundidade de muitos destes cartoons dizem mais do que muitos editoriais, textos de análise ou opinião. E ainda bem que assim é.”

A tradição do *cartoon* como o conhecemos iniciou-se através de uma revista britânica intitulada de Punch. Em 1843 publicou um desenho sobre uma exposição que estava a decorrer no palácio de Westminster sobre pintura. O *cartoon* mostrava pessoas de uma classe social baixa, com um ar extremamente pobre, no local onde era suposto estarem aristocratas da mais alta sociedade. O poder satírico do cartoon ficou bem definido aqui, ao criticar a superioridade dos aristocratas em relação às classes baixas. (M.H. Spielmann, 2007).



Fig.3. *Cartoon* publicado na revista Punch em 1843, por John Leech. Fonte: Punch, 1843

Por vezes são publicados *cartoons* que “ofendem” determinada audiência, devido à sua interpretação que pode ser, ou não, a mais correta. O jornal francês Charlie Hebdo é o que mais se destaca quando o assunto é “chocar” ou “ofender” audiências. Cada edição do jornal francês vem carregada de críticas à sociedade global usando o humor negro como arma em muitas ocasiões. A redação do jornal foi atacada, em 2015, e provocou um total de 12 mortos e uma revolta mundial. “O assassinio a sangue-frio dos cartoonistas do

Charlie Hebdo colocou o tema da liberdade de expressão em primeiro plano. Vários líderes das democracias de todo o mundo uniram-se para condenar os ataques. Mas, no rescaldo do massacre, muitas vozes começaram a defender a necessidade de delimitar as fronteiras do direito a ofender.” (Hume, 2016:40) Decerto o modo o ponto aqui foi tornar este humor estrategicamente informativo e provocador em algo “politicamente correto”. Em contrapartida, Mick Hume já aqui referido como defensor da liberdade de imprensa argumenta que o direito a ofender é parte inalienável do direito à liberdade de expressão: um valor em risco no Ocidente. (Comunidade cultura e arte: 2016) “A liberdade de expressão está na mira de dois tipos de armas: as ocasionais balas e a sistemática adversativa, «mas»”. (Hume, 2016: 43)

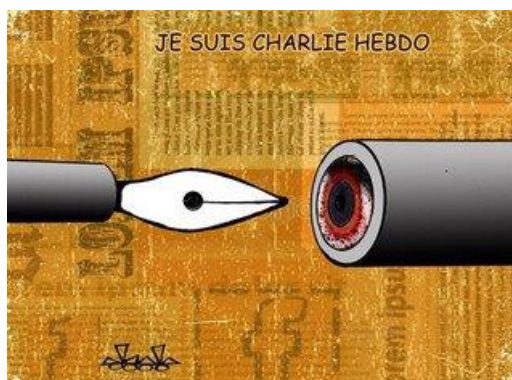


Fig.4. *Cartoon* solidário aos ataques de Charlie Hebdo. Fonte: Jabra, 2015

2.4.2. Jornalismo de *gifs* e *memes*

O jornalismo de *memes* e *gifs* é uma experiência altamente inovadora e destinada a cativar audiências mais jovens, que vivem num mundo permanente de tecnologia e inovação, fazendo com que seja difícil ao modelo tradicional competir com tamanho progresso. O termo *meme* foi criado por um biólogo Ricard Dawkins em 1976 para explicar um mecanismo do cérebro. No *online* esta definição não é a aplicável, e tanto *meme* como *gifs* são sinónimos de brincadeira e “caricatura” de uma situação, que se torna rapidamente viral, algo que é uma mais valia para o jornalismo *online*. “(...) O *meme* da internet é um sequestro da ideia original. Em vez de modificar-se ao acaso, em vez de se propagar na forma de uma seleção darwiniana, os *memes* da internet são deliberadamente alterados pela criatividade humana. (...) mutações são esboçadas, não aleatoriamente, com o total conhecimento da pessoa que está realizando a mutação.” (Dawkins cit in Horta, 2015:46)

Nem todos os *memes* podem inserir-se no formato jornalístico/humorístico, por exemplo os “*rage comics*” nunca seriam aceites, visto que expressam sentimentos pessoais. Tem de haver algum tipo de valor notícia ligado ao mesmo e consequentemente alguma repercussão, tal como na sátira ou no *cartoon*.

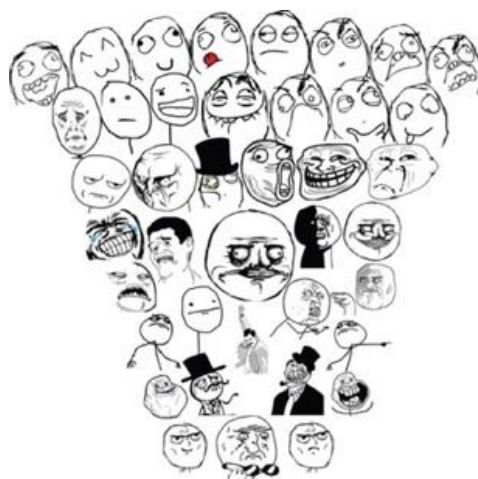


Fig. 5 – *Rage comics*. Fonte: Museus dos memes, n.d.

Através do uso dos *memes* pretende-se facilitar a compreensão das notícias e consequentemente combater a desinformação. No Brasil foi criada uma *newsletter* online a *MemeNews* - que pretende tratar temas políticos e jurídicos, de forma simples especialmente para quem não consome esse tipo de jornalismo diariamente. O *site* disponibiliza informação real com ligações a outras notícias já publicadas sobre o assunto de modo a facilitar *engagement*, se o leitor assim o desejar. As notícias publicadas com o auxílio de *memes* possuem “um tratamento diferente das demais e apresentam termos que são mais recorrentes nas redes sociais” (Oliveira, 2018:5) o que se traduz num estreitamento de laços entre jornalistas e leitores de espaços jornalísticos online, mas sem tirar a credibilidade ou violar as regras do trabalho jornalístico. “Estamos intimamente conectados ao entretenimento através de computadores e dispositivos móveis, o que nos dão a certeza de que os *memes* continuarão a ser produzidos, disseminados em larga escala e, consequentemente, se tornarão fonte para o jornalismo oferecer parte daquilo que as pessoas procuram na internet – entretenimento.” (Aragão & Souza. 2016 :14).

2.4.3. Humor em televisão – *Sitcoms, stand-up comedy, sketches e talk-shows*

O humor está (ou pelo menos pode estar) presente em todos os meios de comunicação, mas o utilizado em televisão sempre teve grande destaque. Ao início eram as *sitcoms* que

lideravam as audiências, devido à sua aproximação com o teatro, talvez por ter público a assistir e cada episódio ter um enredo diferente. Foram várias as sitcoms que marcaram socialmente o mundo, por exemplo em 1989 estreou *Seinfeld*, uma criação norte-americana que girava à volta de situações do dia-a-dia e expunha subtilmente preconceitos sociais.

O *stand-up comedy* é já considerada uma arte performativa, visto que o objetivo do humorista é criar diretamente uma relação com a audiência, através da construção de narrativas que podem abranger desde assuntos mundanos a notícias de ordem do dia. Os *talk-shows* norte-americanos, como é o caso do *Saturday Night live* na NBC, usam muito esta arte, juntamente com os *sketches*, uma espécie de paródia também sobre qualquer assunto.

Em Portugal o primeiro *talk-show* foi o Zip Zip apresentado por Raul Solnado, que através da comédia criticava a ditadura portuguesa. De acordo com Ana Rita Pascoal Azevedo na sua tese de mestrado: Politicamente incorreto, o canal Q e a televisão não convencional, “o Zip Zip ajudou a mudar mentalidades durante a Primavera Marcelista, em 1969, através de uma crítica disfarçada com piadas ao regime que deixava de ser de Salazar para ser de Marcelo Caetano” (Azevedo, 2015). Entretanto em 1983 Herman José criou o seu primeiro programa e a partir daí tornou-se uma figura do humor português por vezes com *sketches* considerados polémicos em Portugal, um país profundamente católico. De 1996 a 2010 a RTP1 emitiu o Contra Informação, um programa de marionetas estilo caricatura, conhecido por satirizar políticos e outras figuras públicas portuguesas.

Recentemente e com mais destaque (depois do sucesso do Contra Informação) o programa “Gente que não sabe estar” transmitido na TVI até 2019 e, atualmente, “Isto é gozar com quem trabalha” da SIC são os programas mais aproximados ao modelo norte-americano de *talk-show*, e que cruzam a barreira jornalismo/humor com ações de crítica política.

Programas com um formato de entretenimento, ou seja, com postura do apresentador, linguagem ou cenário, diferente de um noticiário, mas que trabalham estórias jornalísticas servem no fundo para contextualizar acontecimentos pertinentes da sociedade que aconteceram num espaço de tempo entre um programa e outro. Tem de haver aqui uma

espécie de trabalho de equipa entre o jornalismo tradicional, e este formato editorial que vai pegar no que já foi dito e de certo modo desmitificar/simplificar e também contextualizar o acontecimento à sua audiência de uma maneira humorística e essencialmente satírica.

Já foram realizados vários estudos sobre o poder influente destes programas sobre as audiências que os consomem. Um dos programas de *infotainment* mais estudados é o programa americano “*The Daily Show*”, já tendo dado provas dos seus efeitos: “com provas visíveis que pode ter efeitos importantes no que toca à eficácia política dos cidadãos, confiança nos media e políticos, atenção a casos públicos, conhecimento político e atitude” (Baumgartner & Morris. 2006). Porém não deixa de ser apenas um complemento às notícias tradicionais.

Este telejornal satírico norte-americano apresentado por Trevor Noah é provavelmente um dos melhores exemplos de sátira televisiva. É, em simultâneo, um noticiário – mesmo que, por vezes, com notícias fictícias (fazendo uso de sketches por exemplo), um talk-show e *stand-up comedy*. Em parceria com outros comediantes (que podem ter o papel de peritos ou repórteres), Stewart conquistou audiências, principalmente as mais jovens, que cada vez mais procuram formas alternativas de ver televisão (Pinheiro, 2010). O programa era inicialmente apresentado por Craig Kilborn, Stewart tomou conta em 1999, e desde 2015 é Trevor Noah quem apresenta. O programa tornou-se numa verdadeira referência para a sátira em televisão e para jornalistas. De acordo Lauren Feldman, é um “acontecimento que permitiu aos jornalistas reavaliarem as regras e princípios que ditam a prática profissional e jornalística.” (Feldman apud Azevedo, 2015: 16)

Segundo Baym, “Este não é simplesmente o movimento para o “*infotainment*”, ainda que a confusão fundamental entre as notícias e o entretenimento – uma fusão que corta os dois lados – é certamente um elemento constituinte. Em vez disso, é um fenómeno profundo de integrações de discurso, uma maneira de falar, compreender, e agir sobre o mundo definido pela permeabilidade da forma e fluidez do conteúdo. Discursos sobre notícias, política, entretenimento e marketing tornaram-se profundamente inseparáveis; as linguagens e práticas de cada um perderam as suas peculiaridades e estão a ser fundidas em combinações que anteriormente eram inimagináveis.” (Baym, 2005: 262)

Um estudo realizado por Landreville e LaMarre em 2013 concluiu que expor as audiências a um programa cómico antes de um programa de media tradicional pode despertar na audiência ideias relevantes. Usar o entretenimento/humor como meio para fazer chegar a mensagem sobre algo é um elemento chave neste tipo de programas, quanto mais ridícula a situação, mais sentido esta faz. Um exemplo deste tipo de situação aconteceu no *Colbert Show*, em 2009, quando este entrevistou o membro fundador de um grupo de vigilância à imigração. O apresentador disse que entre a audiência estavam imigrantes ilegais e mexicanos. A câmara de seguida apontou para um espetador loiro, de aspeto alemão, ou seja, alguém que não correspondia às características mencionadas, a segurar uma caneca de cerveja – “O absurdo da situação que Colbert criou foi uma crítica à posição dos seus convidados sobre a imigração de europeus brancos contra a imigração dos mexicanos” (Martin, Kaye, Harmon. 2018:123).

Lauren Feldman e Caty Chattoo avaliaram o efeito que este tipo de programas tem nas audiências, ou seja, o que é que as mesmas vão fazer com a informação adquirida. As autoras concluíram que o facto de a audiência estar entretida pelo formato satírico das notícias vai fazer com que direcionem a sua atenção para o valor da mensagem que a mesma pretende transmitir o que facilita uma maior mudança de atitude. “Quando nos sentimos entretidos, a mensagem deixa de ser vista como uma piada, mas como algo mais atraente que merece uma consideração cuidadosa. Assim, esperamos que o valor perceptível do entretenimento seja um mediador crítico que determina seja os efeitos da comédia seja a mudança de atitude positiva ou negativa.” (Chattoo, Feldman.7: 2018).

No relatório da ERC de 2015, o professor Joaquim Fidalgo defende a posição destes apresentadores e refere que programas como o *The Daily Show* e o *The Colbert Report*: “declaradamente não pretendem fazer jornalismo: o próprio John Stewart, numa entrevista à CNN em 2004, recusou assumir o rótulo de “jornalista”, preferindo o de “comediante”, ao mesmo tempo que criticava os jornalistas da CNN por “não fazerem um melhor trabalho ao serviço dos cidadãos” (Fidalgo. 2015:42). O “trabalho de contextualização é essencial, até porque o comentário, quer seja crítico, quer seja irónico, se aquilo não tem a base de factos, não tem efeito nenhum. Há ali um momento em que se trabalha, de forma muito sucinta, claro, a apresentação da informação.” (Mexia cit in Pardal, 2015:84)

A agenda deste tipo de programas tende a destacar os temas políticos, empenhando quase um dever moral de expor grandes figuras e as suas ações de modo a fazer entender ao público para quem devem olhar com algum “cuidado” ou mais atentamente. Estes programas são de um género híbrido, pois têm um formato editorial bastante próprio na medida em que não são entretenimento puro, mas também não podem ser considerados jornalismo puro e duro visto que muitos dos intervenientes não são se quer jornalistas e muitos deixam transparecer o seu carácter opinativo.

2.5. O impacto do formato humorístico na política

Os meios de comunicação social têm um papel fundamental na mediação entre os políticos e os cidadãos, gerindo a opinião pública sobre os mesmos.

O jornalismo, apesar da sua obrigação para com a verdade não consegue ser totalmente imparcial, especialmente na esfera política. Cada meio de comunicação acaba por ter o seu lado político bastante definido e isso pode transparecer nas notícias, o que consequentemente agrada ou afasta audiências. Ana Cabrera no seu artigo sobre as legislativas de 2009 sublinha a opinião do professor Kee Brants sobre este assunto: “os cidadãos são excluídos da comunicação política porque políticos e jornalistas se preocupam sobretudo com os seus próprios (...) conflitos, o que dá origem a uma esfera pública habitada por pessoas internas a ambos os campos, em vez de ser habitada por cidadãos, enquanto entidades externas ao discurso e às decisões políticas” (2009: 212)

A situação acaba por condicionar a boa produção jornalística, que devia trabalhar sobre uma base de independência. A constante necessidade, como já aqui descrito, de agradar o público numa luta por audiências, deu lugar a “noticiários fraturados, especulativos, informação light, demanda de conteúdos mais apelativos e, portanto, mais comerciais, otimização dos recursos humanos e produção de formatos para exportação” (Cabrera, 2009:212).

Ainda de acordo com a investigadora, este fenómeno acaba por tornar a audiência em consumidores em vez de cidadãos que esperam ser devidamente informados, visto que são alimentados com informação fácil, que não obrigue a grandes reflexões. O sistema democrático por si só já se encontra fragilizado, existe uma grande distancia entre cidadãos e políticos, em certa por falta de conhecimento, e por outro lado por descrença popular.

O formato humorístico acaba por ser um aliado bastante poderoso no campo político, primeiro devido às suas características linguísticas mais simples como já foi aqui explicado. E segundo pela forma como aproxima os políticos que parecem tão distantes, aos cidadãos que precisam de conhecê-los e entender o que estes representam para formarem uma opinião do que está bem ou precisa de ser mudado, e atuarem com base nisso. Utiliza a sátira “para evidenciar assuntos políticos, escarnece e explora as contradições políticas, enfim, sublinha, através do humor, os aspetos mais contraditórios e problemáticos dos partidos candidatos às eleições” (Cabrera, 2009:224).

Vários estudos, nomeadamente feitos por Moy, Xenos e Hess em 2005, concluíram que o *infotainment* em assuntos políticos durante o horário nobre, especialmente em épocas de eleições, ajuda os eleitorados a tomar a sua decisão. A questão humorística também se torna fundamental para agarrar os jovens e informá-los da realidade política que se vive, tendo em conta que estes, maioritariamente não manifestam interesse em noticiários políticos mas seguem atentamente programas de entretenimento tal como o *The Daily Show*.

Um estudo feito em 2005 pela Universidade de *East Carolina* concluiu que o programa de televisão *The Daily Show* surtiu uma influência bastante significativa nas audiências, numa escala demográfica bastante ampla. Quem viu os programas que satirizavam e faziam piadas sobre George W. Bush e John Kerry tenderam a ficar com uma opinião negativa sobre estes candidatos. Consequentemente a confiança da audiência aumentou no que toca à compreensão de como funciona o mundo político. É necessário frisar que este tipo de programas com um formato editorial humorístico são todos muito parecidos, sendo que o *The Daily Show* foi inspiração para muitos outros programas, incluindo programas portuguêses tal como os “Esmiúça os sufrágios” da SIC em 2009. “Ao longo de uma campanha presidencial, os candidatos são frequentemente sujeitos de múltiplas piadas feitas à sua custa. Em particular, os *late-night shows* apresentados por nome como Leno, Letterman, e outros são rápidos a tornar qualquer percalço político dos candidatos em piadas. Por outras palavras, o tom é frequentemente pouco lisonjeador.” (Baumgartner & Morris, 2006 :343).

De modo a concluir este capítulo é interessante refletir sobre a diferença entre entretenimento puro, por exemplo um *talk show* da Oprah, e um *late-night* com o formato humorístico. Um candidato político dá a cara de modo a cativar as pessoas, e a aumentar

a sua “*likeability*”, ir a um programa como o da Oprah poderia ser considerada uma estratégia de sucesso, ao contrário do que seria ir a um late *night-show* onde o objetivo já antes de o candidato entrar em estúdio é pô-lo em “cheque”.

Em 2013 o jornal The Washington Post, um meio de comunicação de renome mundial publicou uma peça humorística sobre Jay Carney, antigo secretário de imprensa da Casa Branca, que tinha passado a sua tarde a responder a perguntas sobre um escândalo de IRS. O artigo baseava-se em 7 fotos de perto da sua cara. Jay Carney achou piada, mas infelizmente esse não foi o feedback geral. Houve vários democratas que ficaram ofendidos e expressaram esse descontentamento. Chris Cillizza, o autor da peça, decidiu responder às críticas. “O jornalismo está a mudar. E isto não são notícias de última hora. Essa mudança foi estimulada por mudanças drásticas na maneira em como as pessoas consomem informação. (...) os jornalistas têm de mudar com os tempos. E isto significa procurar formas alternativas de contar histórias. (...) Isto significa que às vezes – como acredito que ontem foi provado – a história do dia do Carney pode ser contada através de fotografias ao invés de simples palavras. Olhando para as sete fotografias de um Carney claramente angustiado, a história da sua época (e da época da Casa Branca) foi contada de uma forma única, e, pensei eu, de uma forma atraente.” (Cillizza, 2013)

Se em 2013 esta afirmação já fazia sentido, em 2020 ainda faz mais. O jornalismo está em constante mudança, e utilizar as mudanças a favor da sobrevivência da profissão poderá ser o mais sensato a fazer. E apesar de ser claro que o *infotainment* está presente em todos os formatos aqui apresentados, o importante é haver um balanço. Boukes diz: “o *infotainment* ou a popularização da política na televisão é, segundo creio, problemática em três aspetos: em primeiro lugar, se constitui a principal forma pela qual a política é representada; em segundo, se leva a que se omitam outros aspetos; em terceiro, se conduz a uma distorção da imagem da política. Ora, nenhum desses aspetos parece aplicar-se incondicionalmente.” (Boukes, 2005: 157).

De modo a sumarizar este capítulo teórico termino com Carol Zuegner, professora assistente de jornalismo na Universidade de Creighton:

“Claro que há espaço para o humor no jornalismo e não apenas nas páginas de banda desenhada. A vida é trágica e engraçada e tudo o que está pelo meio, e o bom jornalismo reflete e narra isso” (Zuegner, 2013)

Capítulo 3 Metodologia

De modo a perceber que terreno comum é que o humor e o jornalismo podem partilhar, e aproveitando o meu local de estágio, escolhi o “Gente que não sabe Estar” como estudo de caso no âmbito deste relatório de estágio. Na altura em que iniciei o estágio (1 de Agosto de 2019), o programa “Gente que não sabe estar” já estava nas instalações da TVI e com um formato ligeiramente diferente. Para além de ter sido realocado, também passou a transmitido diariamente, para acompanhar a campanha eleitoral, e a dedicar-se inteiramente a esse assunto.

As questões de pesquisa mobilizadas para esta investigação empírica foram então as seguintes:

- “Será que um programa humorístico como o do Ricardo Araújo Pereira pode ser uma nova ferramenta de transmitir informação aos espetadores?”,
- Onde é que este dois formatos, jornalismo e humor se cruzam? Esse cruzamento funciona?

Estas perguntas surgiram, como se pode ler no capítulo 1 das atividades realizadas, ao pôr-me no papel de jornalista conseguia perceber que o que fazemos em termo jornalístico é efetivamente correto, no entanto por vezes num minuto e meio é muito difícil dar todo o contexto que pode ser necessário para os espetadores entenderem o que se passa, especialmente se não acompanharem regularmente o assunto. Daí acreditar que dar uma nova ferramenta, uma espécie de auxílio ao ramo do jornalismo. Claro que o facto de o programa estar inserido no Jornal das 8, podia criar uma confusão aos espetadores mais desatentos, pois a opinião de Ricardo Araújo Pereira é bastante vincada e pública e podia influenciar o público. Mas durante o estágio percebi que essa influência podia ser positiva, não necessariamente para moldá-la à imagem de Ricardo Araújo Pereira mas sim para motivar as pensar a pensar mais criticamente sobre o assunto, aliás em entrevista ao próprio Ricardo Araújo Pereira este sublinha que nunca quis influenciar ninguém: “eu não sinto, nem acho que deva sentir que deva informar” (Pereira, comunicação pessoal, 2019) E aqui pus-me no papel de espetadora, sempre que assistia aos programas saía sempre com um maior conhecimento ou pelo menos com mais dúvidas sobre determinado assunto o que me levava a procurar as respostas de modo a fomentar a cimentar a minha opinião, e aí percebia que as respostas podiam estar no jornalismo.

Mobilizando a incursão feita pela teoria do humor, os princípios básicos do jornalismo e as possíveis vantagens ou desvantagens do *infotainment* (cf. Capítulo 2), este trabalho tem como objetivo analisar a vertente jornalística do programa “Gente que não sabe estar” e perceber o que se aproximava das práticas formais do jornalismo, como a verificação de informação, e também o que o afastava da deontologia do mesmo, empurrando-a para o campo do entretenimento. Este exercício passou por olhar para a composição da equipa e perceber como eram feitas as escolhas editoriais, deste o tipo de convidados, a temas, a perguntas, e se efetivamente estavam a cumprir a função de informar.

Apesar de ter visto todos os episódios do “Gente que não sabe estar”, decidi focar a minha análise em três episódios, que considero terem sido os que mais realçaram sobre esta prática formal do jornalismo misturada com opinião e humor. Os episódios selecionados foram para o ar a 4 de Outubro, 7 de Outubro e 13 de Outubro 2019, o último episódio do programa. Os três episódios analisados são todos muito diferentes entre si e saem um ligeiramente daquela que foi a linha editorial do programa no ponto de vista dos convidados. Por norma os entrevistados do programa eram os candidatos às legislativas, representantes dos partidos, ou ministros. No entanto, no episódio referente ao dia 4 de Outubro os convidados foram jornalistas, no dia 7 foi a antiga eurodeputada Ana Gomes, uma figura presente na atualidade política, mas na altura sem qualquer cargo político de momento e por fim no dia 10 o potencial candidato à presidência do CDS, Adolfo Mesquita Nunes e um jurado de programas maioritariamente musicais sem qualquer influência política conhecida. No entanto a razão da minha escolha, ainda que vá olhar para o programa como um todo, foram os acontecimentos ligados aos episódios, as eleições e a demissão de Assunção Cristas do CDS.

Nos episódios de 4 e 7 de Outubro, o tema central foi a análise da campanha eleitoral, dos resultados e o que aconteceu aos partidos devido a esses resultados. Ricardo Araújo Pereira fez um apanhado geral sobre o tema, num tom bastante irónico quase ridicularizando as campanhas dos partidos, e a sua tentativa de se aproximarem do “povo”, salientando o facto de na maioria dos partidos, esse esforço não se ter traduzido nos resultados.

Em relação à escolha do último episódio do programa, no dia 13 de Outubro, pareceu-me um episódio chave na medida em que Ricardo Araújo Pereira deixou transparecer claramente a sua tendência política, durante a entrevista com Adolfo Mesquita Nunes.

Em cada episódio foi necessário perceber, como já referi, tudo o que podia ser caracterizado como conduta jornalística, e de seguida filtrar tudo o que saísse desse registo, e passasse para o lado humorístico e ou opinativo, observando o tipo de convidados, o conteúdo das perguntas, a maneira como eram ditas, ou os comentários tendenciosos a um partido que adviessem das respostas. Foi também importante anotar quais os assuntos jornalísticos que tinham sido abordados em cada episódio, para depois poder compará-los com a atualidade e perceber se o que havia sido falado estava na ordem do dia, e se transmitia informação, como acontece num telejornal.

Para além da análise de conteúdos destes três episódios do programa, considerei também importante fazer uma entrevista semiestruturada em profundidade, com o responsável e criador do programa, Ricardo Araújo Pereira. Todas as perguntas e respostas estão transcritas para consulta, neste relatório, em anexo. Por uma questão de relevância e filtragem de informação, decidi entrevistar apenas o Ricardo Araújo Pereira e não os outros membros da equipa., uma vez que o primeiro é o responsável pelas escolhas editoriais. A entrevista revelou diferenças muito profundas, entre a análise que fiz do programa e a interpretação de Ricardo Araújo Pereira sobre o objetivo e natureza do programa, como explico no Capítulo 4.

Tinha também intenção de entrevistar o antigo diretor de informação da TVI, Sérgio Figueiredo, pois só assim conseguia ter uma melhor perceção do objetivo do programa, e das escolhas editoriais que foram feitas, inclusive a decisão de incluir o programa no alinhamento do Jornal das 8 da TVI. No entanto, tal não foi possível de concretizar até à data de entrega deste relatório, por questões de incompatibilidade horária provocada pelas contingências inerentes à pandemia provocada pelo vírus Covid-19, e visto que o mesmo foi dispensado em julho de 2020.

Capítulo 4 Análise de Resultados: Formato editorial do “Gente que não sabe estar”



Fig.6 e 7: “Gente que não sabe estar” com Ricardo Araújo Pereira. Fonte: TVI, 2019

Neste capítulo entramos na análise concreta do programa “Gente que não sabe estar” e a sua aproximação aos critérios jornalísticos. Como já foi referido, a estrutura dos episódios era bastante idêntica à de um jornal, com peças, discussão de temas e entrevistas, daí ter escolhido três episódios ligeiramente diferentes entre si de modo a conseguir analisar cada ângulo do programa. Considero que nesta fase é importante destacar o aspeto do estúdio onde era emitido o programa “Gente que não sabe estar”, pois este era bastante parecido com um estúdio onde acontecem os programas de informação, o que mostra mais uma vez a transposição da fronteira do entretenimento para o jornalismo. Por exemplo, havia uma mesa central onde se sentava Ricardo Araújo Pereira, como se estivesse no lugar do *pivot* e os convidados ficavam nas pontas. O que marcava a diferença entre este estúdio e um estúdio de informação eram os pormenores que lá foram colocados propositadamente para serem engraçados, com uma cadeira que estava colada no teto ao contrário. Durante a entrevista Ricardo Araújo Pereira sublinhou que esses são alguns dos factos que tornam o programa singular:

“Os assuntos são os mesmos, mas o tom é muito diferente, e acho que essa é a singularidade, as pessoas vêm o telejornal e depois vêm uma pessoa que está vestida da mesma maneira, num estúdio que tem algumas semelhanças com o do jornal, também tem uma entrevista às vezes, mas a conversa não decorre exatamente da mesma maneira”

Apesar de ser um programa praticamente singular em Portugal, a verdade é que este formato é muito parecido com o programa do canal televisivo HBO *Last Week Tonight* que está no ar desde 2014 e é apresentado por John Oliver. O *Last Week Tonight* é um programa semanal de 30 minutos que olha para tópicos de interesse jornalísticos, que muitas vezes são fruto de um trabalho de investigação longo, mas com comentário irónico, críticos e muitas vezes provocadores no mesmo registo que Ricardo Araújo Pereira, ainda que Ricardo Araújo Pereira seja um pouco mais calmo e o seu programa não tenha tido tanto impacto. Certos problemas abordados por John Oliver nos Estados

Unidos da América chamaram à atenção do governo que tentou resolver essas situações. Por exemplo, em 2015 o apresentador criticou o facto de que as fianças nos Estados Unidos eram demasiado altas para crimes de pequeno risco, e que o mesmo servia apenas para manter os mais pobres presos mesmo antes de eles serem acusados. O assunto gerou polémica e em Julho do mesmo ano, o presidente da câmara de Nova Iorque anunciou mudança nos requerimentos de fianças para esse tipo de crimes, o que evitaria a sua prisão antes do tempo.

O programa teve tanto impacto que se criou o termo “Efeito John Oliver”, como pode ler-se no artigo de Victor Luckerson na revista Time de 2015, o apresentador foi escolhido como o 30º líder mais influente do mundo na lista de 50 da revista americana Fortune, na edição de 2016. As semelhanças visuais de ambos os programas estão na abertura do programa, pois ambas têm uma música com bastante ritmo, com imagens a aparecerem, muitas delas com algum tipo de referência política, também o próprio cenário com a mesa central e o apresentador no meio é igual. Outro pormenor são as imagens que aparecem no canto superior esquerdo do apresentador para ilustrar o assunto que está a ser falado, de seguida com pequenos segmentos de vídeo com imagens reais que ilustram a situação de forma engraçada. A grande diferença entre os dois programas está provavelmente nas escolhas editoriais, pois John Oliver tem um programa autónomo, ao contrário do Gente que não sabe estar que fez parte do Jornal das 8.



Fig. 8 e 9: Programa *Last Week Tonight* de John Oliver. Fonte: YouTube, 2019, Gente que não sabe estar. Fonte: TVI, 2019

O próprio Ricardo Araújo Pereira, durante a entrevista que me concedeu em fevereiro de 2020, reconhece que o programa era um complemento do jornal, portanto nunca poderia destoar muito. De acordo com Ricardo Araújo Pereira o programa “era uma espécie de página humorística do jornal, um suplemento humorístico do jornal, (...) que teve a ver, com fatores económicos” e que “tendo em conta o perfil da TVI, aquele programa

autonomamente não fazia muito sentido” (Pereira, comunicação pessoal, Fevereiro 2020).

O programa tinha sempre público, e antes do início de cada episódio do “Gente que não sabe estar”, Ricardo Araújo Pereira fazia sempre uma pequena introdução aos espetadores sobre quem era o convidado, e o que se tinha passado na vida política desse dia, acabando por usar uma linguagem muito mais acessível, o que traz grandes vantagens e já foi discutido por vários autores e investigadores já aqui enunciados (Capítulo 2).

4.1. Decomposição dos episódios escolhidos

Nesta primeira fase de análise de conteúdos, considero pertinente perceber se os assuntos de ordem do dia no campo jornalístico foram os mesmos abordados pelo Ricardo Araújo Pereira durante o episódio desse mesmo dia. Esta informação vai depois facilitar a comparação sobre a maneira como o assunto foi abordado, ou no caso de ter sido uma entrevista, como é que a mesma foi conduzida. É claro que o Jornal tem muito mais informação, para além da campanha eleitoral e o rescaldo da mesma, no entanto, e como já foi o referido o programa de Ricardo só analisava esse aspeto. Ainda assim, durante esse período as eleições foram praticamente sempre o assunto de ordem do dia, neste caso tanto no jornalismo como no humor.

Tabela 4.1. Episódio Gente que não sabe estar de 4 de Outubro 2019

<u>Episódio</u>	<u>Convidados</u>	<u>Assunto ordem do dia</u>
4 Outubro 2019 Episódio especial antes das eleições. Avaliação geral da campanha e do desempenho dos políticos	Ao contrário dos outros episódios, Ricardo Araújo Pereira convidou jornalistas que acompanharam a campanha eleitoral em vez dos habituais políticos. - Graça Franco: Rádio - Renascença - Miguel Pinheiro: Observador - Anselmo Crespo: TSF - Sérgio Figueiredo: Diretor de Informação TVI	- António Costa exaltou-se durante uma arruada, com um cidadão que o acusou de ter ido de férias na altura dos incêndios de Pedrógão. -Análise das sondagens dos partidos -Últimos apelos dos partidos

Momentos chave:

Ricardo Araújo Pereira mostra o momento de tensão entre um cidadão e António Costa, e lança a pergunta em tom de brincadeira, sobre se o episódio da agressão vai afetar António Costa nas eleições, mas no decorrer da conversa vai sempre fazendo referência a outros assuntos:

- Referências ao caso de Tancos, durante o mandato do Primeiro Ministro (pergunta para Graça Franco: o que é prejudicou mais António Costa, isto ou o caso de Tancos?)
- Comentário ao Observador por ser um jornal de direita: “Miguel Pinheiro apostou que vai dizer que se o Passos Coelho não fazia isto, mas o Passos Coelho cortou a reforma aos velhos todos, ao menos o Costa só embirra com este.
- Casos de políticos que já entraram em confronto com populares, ou com jornalistas (Anselmo Crespo, relembra campanha de 2011 com Manuel Alegre, ou a Mário Soares)
- Ricardo faz comentário para os convidados “só um à parte, vocês jornalistas são realmente irritantes”
- Debate sobre as consequências desta ação e sobre o temperamento de António Costa.
- Ainda apoiado no episódio de António Costa, Ricardo faz um jogo de defesa contra primeiros ministros: “Não adianta golpear pena a cabeça. O senhor se o quer fazer cair, tem de lhe tirar os apoios parlamentares”. Enquanto faz movimentos de “defesa pessoal” vai gritando Bloco de Esquerda, PAN, e “enquanto ele está no chão pode-lhe dar o pontapé final do CDU.” (Referência à geringonça e à fragilidade do PS sozinho).
- Passa um excerto de uma entrevista a António Costa, a dizer que o cidadão tinha sido plantado para o provocar, atirando as culpas ao CDS e o PSD.
- Ricardo Araújo Pereira volta a fazer perguntas aos jornalistas que recordam casos de tensão durante a campanha, entre o Primeiro Ministro e Rui Rio, Assunção Cristas e Catarina Martins. Todos estes momentos foram notícia durante a campanha. É também referido o problema das *fake news*, com Anselmo Crespo a concluir a “roda de perguntas” explicando que era efetivamente mentira a acusação feita pelo cidadão.

- Ricardo Araújo Pereira faz um balanço da campanha eleitoral feito numa espécie de entrega de prémios, sendo que os prémios que mais se destacaram foram:

Escolha da figura da campanha: Mário Centeno, e passam clip do discurso de Mário Centeno dirigido a Rui Rio e ao seu “Mário Centeno”, ou seja, Joaquim Sarmento, em tom de provocação. Novo conjunto de perguntas de temas atuais, sobre a possibilidade de Mário Centeno abdicar do cargo a meio da legislatura e as contas do programa eleitoral do PSD.

A fase de desespero da campanha: Discurso de Catarina Martins no dia 3 de Outubro onde dá a entender que o Bloco poderá estar aberto a uma nova coligação com o PS.

- Termina o episódio com o jogo “o que é o Costa disse”, num tom claramente mais humorístico em que fala das dificuldades de dicção do primeiro ministro.

Tabela 4.2. Episódio Gente que não sabe estar de 7 de Outubro 2019

<u>Episódio</u>	<u>Convidados</u>	<u>Assunto ordem do dia</u>
7 Outubro 2019 Um dia depois das eleições	-1ª Parte sem convidado -2ª Antiga eurodeputada, Ana Gomes. Foi apresentada como a pessoa que aborrece mais socialistas que o ministério público.	-Resultados das eleições e a reação dos partidos. -Derrota surpreendente de Rui Rio, demissão de Assunção Cristas, “vitória” dos pequenos partidos que conseguiram representação parlamentar.

Momentos chave:

1ª Parte reação dos partidos aos resultados das eleições

- Ricardo Araújo Pereira lança clip do discurso de Rui Rio, em que este diz não ter sido o pior resultado de sempre. O mesmo é alvo de troça por Ricardo Araújo Pereira, que evidencia o facto de Rio ter perdido representação parlamentar.
- De modo a referenciar a demissão de Assunção Cristas, ex presidente do CDS, Ricardo Araújo Pereira pega no grafismo usado pelo CMTV para apresentar os resultados das eleições, (figuras dos candidatos em 3D) e diz que “Cristas está mais perto da porta para se ir embora”
- Volta a lançar novo clip, desta vez com os discursos de reação ao resultado das eleições, dos representantes dos vários partidos, e alguns comentadores assíduos na comunicação social. Todos os discursos são incoerentes e usam uma linguagem que pretende dar a entender que partido x foi vencedor independentemente dos resultados.
- O apresentador Ricardo Araújo Pereira muda para outro lado do cenário e surge em cima de um carrocel como metáfora para as voltas que a vida política sofre, e usa exemplos:
 - “Geringonça teve menos agora que em 2015”
 - “CDS perdeu, mas extrema direita ganhou porque elegeu um deputado”.
 - “Abstenção mostra que portugueses não gostam dos partidos, no entanto cada vez há mais partidos”.
- Clip sobre a incoerência dos resultados das audiências na noite de eleições. TVI e RTP ambas dizem que foram as mais vistas. Uma notícia dada frequentemente pelos meios de comunicação, quando se trata de noites “importantes”.
- PCP fala de “atrofiamento das mentes” num artigo de opinião de um elemento do partido; Ricardo Araújo Pereira aqui aproveita para fazer uma crítica à televisão nacional, por falta de qualidade jornalística.

2ª Parte Entrevista a Ana Gomes

- Ricardo Araújo Pereira começa a entrevista com o comentário do dia anterior de Ana Gomes em que diz “o PS não vai ter maioria absoluta e ainda bem” e perguntar-lhe se sabe que na *wikipedia* a ex deputada aparece como socialista.
- Pergunta de Ricardo - Quem é que vai fazer oposição ao PS? / Espera que seja a direita que sobra na assembleia da república, que é pouca e ainda bem?
- Ricardo foi buscar a entrevista do “Fumaça” onde Ana Gomes disse que não queria ter cargos diplomáticos para poder falar à vontade. Pergunta: quer dizer que antes estava a conter-se? (Enquanto estava no Parlamento Europeu)

Falam da necessidade de haver liberdade de expressão e o sentido crítico para que se possa mudar alguma coisa no país.

- A entrevista avança para os anos de Ana Gomes em Timor, na altura da independência. Pergunta de Ricardo: “Onde é que há mais tumultos? Em Timor nessa altura, ou agora na sede do CDS?”. A conversa desenvolve e vai parar a Paulo Portas, que de acordo com Ana Gomes ainda mete o partido na linha. Ricardo Araújo Pereira brinca e diz “Cuidado que ele anda aí” – crítica sobre ligação parcial entre a política e os meios de comunicação? (De referir que Paulo Portas tem vários programas de opinião no Jornal das 8 da TVI)
- Ricardo pergunta em tom irónico: “A Sra. Dr.ª foi das primeiras pessoas no PS a suspeitar que talvez José Sócrates, não fosse talvez vá lá a pessoa, quer dizer mais séria no mundo? Onde é que foi buscar esse impressionante sexto sentido?”
Ana Gomes ri-se e menciona alguns dos casos que a fizeram suspeitar. Aproveitando mais uma vez para trazer o nome de Paulo Portas, e falar da venda PT em que não se pagou impostos.
- “O seu percurso é inquietantemente parecido com o do Durão Barroso – MRPP, carreira na Europa para quando uma carreira na *Goldman Sachs* (grupo financeiro multinacional, onde Durão Barroso é presidente)?
Resposta: “Só se fosse para a supervisão, por causa destas coisas do assalto a Tancos.”

Tabela 4.3. Episódio Gente que não sabe estar de 13 de Outubro 2019

<u>Episódio</u>	<u>Convidados</u>	<u>Assunto da ordem do dia</u>
13 Outubro 2019 Último episódio	-1ª Parte- Manuel Moura dos Santos – júri em programas como “Ídolos” -2ª Parte- Adolfo Mesquita Nunes CDS	-Peregrinação Fátima -Presidente da República manifesta-se sobre o “fim da geringonça” -Tufão no Japão -Mau tempo -Urgência do Garcia de Orta reabriu (falta de médicos)

Momentos chave

1ª Parte Entrevista Manuel Moura dos Santos

Ricardo Araújo Pereira começa por explicar que convidou Manuel Moura dos Santos por este ser um júri bastante rígido e explica-lhe que o objetivo da sua presença é avaliar as únicas competências que os políticos portugueses possuem.

- Vão sendo lançado clips dos políticos a “atuar”, alguns eram só comentados pelo convidado, mas outros destacaram-se e tiveram mais reação por parte de Ricardo Araújo Pereira:

Assunção Cristas a cantar Dina. Neste caso Ricardo Araújo Pereira refere que Cristas está a cantar a letra de alguém que já não está entre nós, e depois acrescenta: “é Assunção Cristas que também já não está entre nós”.

Rui Rio aparece a cantar uma música feita para o PSD por um compositor anónimo, e sobre o qual Ricardo comenta: “aliás como quase toda a gente das listas de candidatos do PSD”.

Já a última frase da música é “quem é acha que o PSD não põe Portugal em marcha?” e Ricardo diz “a resposta a essa pergunta de acordo com os últimos resultados eleitorais é 73,1% das pessoas”.

Comentário de Ricardo Araújo Pereira após mostrar clips de Catarina Martins do BE a representar: “Conhecendo o Manel, eu acho que o Manel inclina mais para a direita, mas não está feliz por Catarina ter deixado as artes e ter ido para a política?” Manuel Moura dos Santos ignora o comentário e responde apenas à pergunta em tom de piada.

2ª Parte Entrevista a Adolfo Mesquita Nunes, toda ela feita em tom de desafio.

O convidado é apresentado como o “potencial futuro líder do CDS: vamos tentar perceber o que é que ele fez de errado para andarem a dizer isso coitado”

- Adolfo Mesquita Nunes saiu do CDS em Março de 2019 e Ricardo Araújo Pereira faz referência à crise do partido, que estava a “afundar” nessa altura dizendo: “acha que foi boa altura? Nós estávamos naquela situação em que primeiro devem sair as mulheres e as crianças”.
- Ricardo Araújo Pereira fala sobre a anedota que se contava em 1987, de que o CDS era o partido do táxi porque só tinha 4 deputados, e diz que agora também se pode brincar com isso se um dos deputados for o taxista (visto que só têm 5 deputados). Ainda no decorrer desta conversa, acrescenta que Cristas não deve ser a taxista porque se em escrito disse que António Costa não tinha caráter, Ricardo não queria imaginar como seria a ex líder do CDS ao volante.

A conversa sobre o trânsito continua com Ricardo Araújo Pereira a dizer que às vezes finge que vai virar à direita (partido) mas depois é mentira e mete-se na fila, mas não gosta quando lhe fazem isso.

Adolfo Mesquita Nunes responde “para a próxima vire à direita” e Ricardo Araújo Pereira faz referência ao episódio em que Assunção Cristas foi convidada e trouxe uma ficha de inscrição no partido para Ricardo “toda a gente me quer convencer a virar à direita, mas não vai dar”.

- Adolfo Mesquita Nunes é questionado de maneira subtil como é que é filiado no CDS, devido à sua orientação sexual. O convidado reage com uma espécie de ataque a Ricardo e à esquerda: “é mais fácil da direita se habituar à liberdade de cada um, do que a esquerda à privatização no setor da saúde e da educação”

Ricardo Araújo Pereira passa logo para a pergunta seguinte em que diz diretamente que o CDS está em vias de extinção, e mistura com uma piada “porque é não dizem que estão em vias de extinção e pode ser que o PAN tenha pena e vos dê uns deputados?”

- Fazendo referência ao cargo de Adolfo Mesquita Nunes na Galp, depois de deixar o CDS, Ricardo Araújo Pereira diz que este está numa fase de transição, e insinua que o candidato pode ter conflitos de interesses por isso: “Quando há greve dos motoristas diz “isto é uma vergonha, dá cabo deles Costa, como executivo da Galp” ou “bem feita este governo é uma vergonha, deviam parar três meses?”
- Adolfo Mesquita Nunes é provocado mais uma vez: “Como votou a fazer da despenalização do aborto, da adoção por casais do mesmo sexo, sendo que o CDS não é um partido que aceite este tipo de liberdades sociais. E acrescenta: “Podemos adiantar em primeira mão a sua transferência para a Iniciativa Liberal, a custo zero para não pagar impostos?”
- A entrevista e consequentemente o último programa com Ricardo a dizer “Sr. Doutor obrigada por ter vindo, ainda por cima nesta altura tão sensível para o seu partido.”

4.2. Análise do conteúdo

Na televisão o *infotainment* tem ganho cada vez mais destaque, e este programa é um exemplo português perfeito. Numa primeira análise geral aos momentos-chave dos três quadros apresentados com os temas da ordem do dia abordados no Jornal das 8, naquelas datas específicas do programa “Gente que não sabe estar”, podemos afirmar que efetivamente tudo o que estava relacionado com a política (excluindo assim a peregrinação de Fátima, o mau tempo, o tufão no Japão e a falta de médicos nas urgências pediátricas do Hospital Garcia da Horta) foi abordado por Ricardo Araújo Pereira e a sua equipa. A diferença entre os dois foi a abordagem feita no Jornal, que relatou os factos e acontecimentos, e a abordagem do programa que falou sobre todas as notícias, providenciando informação relevante e verdadeira aos espetadores, mas de uma forma satírica, por exemplo, enunciando momentos que podem ser considerados engraçados, ou pouco corretos por parte dos intervenientes, mas cuja deontologia do jornalismo não permite abordar com a mesma liberdade.

Em relação ao episódio de 4 de Outubro de 2019, no último dia de arruadas para os partidos ficou claro que o momento de tensão entre António Costa e um popular e isso foi o ponto central do programa. De acordo com Ricardo Araújo Pereira, essa decisão editorial foi tomada por ter sido o momento mais “engraçado”, e não necessariamente o mais importante a nível de informação:

“claro que a gente também usa o critério da proeminência, mas nós usamo-lo por razões humorísticas, na comédia tem mais graça eu acertar com uma maçã podre na cabeça do primeiro-ministro do que na testa daquele deputado que se senta na última fila (...) que ninguém sabe quem é. Mas os nossos critérios são muito diferentes do critério do jornalista” (Pereira, comunicação pessoal, Fevereiro 2020). É natural concordar com esta afirmação de Ricardo Araújo Pereira, a discussão de António Costa tem um carácter mais cómico do que informativo e mereceu mais atenção no programa do que no Jornal das 8, mas ao olharmos para os momentos-chave do episódio é perceptível que este assunto abriu portas a outros assuntos durante a entrevista com os jornalistas convidados, como o caso de Tancos, a fragilidade do PS e a dependência da Geringonça e até mesmo o problema das *fake news*. O facto de também ter tido os jornalistas que acompanharam a campanha a fazer uma espécie de avaliação pessoal da mesma, de uma maneira menos formal, foi também importante na medida em que pode criar uma maior empatia com os espetadores. Também aqui Ricardo Araújo Pereira fez um comentário direto ao jornal Observador por ser um jornal de direita, algo que pode escapar ao espetador comum e nunca seria diretamente dito em nenhum contexto informativo.

A escolha da figura da campanha e a fase de desespero da campanha foi apresentada de uma maneira claramente satírica que mostra a falta de entendimento entre as várias frentes políticas e a “facilidade com que mudam de discurso”, mas mais uma vez abriu espaço para outros assuntos pertinentes que não são tão falados, pois trata-se de assuntos que ainda não eram certos na altura (possibilidade de Mário Centeno, na altura ministro das finanças, abandonar o cargo³). Não sendo o único que poderia ser referenciado neste ponto, a teoria do escritor Mick Hume é aplicável: este episódio permitiu dar uma visão geral do estado atual da política em Portugal de uma maneira que poderia ser considerada ofensiva, mas o humor tem liberdade para tal. Se fosse para fazer uma apreciação

³ Consultar momentos-chave do episódio

jornalística do mesmo assunto, provavelmente o jornalista optaria, como explica Mick Hume, por não dizer tudo.

De qualquer modo, mais uma vez esta mistura que pode ser considerada de *boundary-work* na vertente de *infotainment* cativa audiências e ajuda as mesmas a compreender assuntos ou desmistificar assuntos que por norma são complexos, ainda que segundo Ricardo Araújo Pereira não seja propositado: “Essa operação de fazer a tradução é uma operação humorística porque sempre que uma pessoa está a tentar fingir que não está a dizer uma coisa é divertido evidenciar que é de facto isso que ela está a dizer.” (Pereira, comunicação pessoal, Fevereiro 2020)

No episódio após as eleições, dia 7 de Agosto de 2019, Ricardo Araújo Pereira comentou os resultados das eleições e as reações, expondo para além dos pontos óbvios da campanha, como as reações dos partidos, os números do PSD e a demissão de Assunção Cristas. O apresentador realçou pequenas situações ou comentários que não têm propriamente interesse jornalístico, mas que são pormenores da vida política que para além de meterem piada deixam transparecer a realidade do meio que é por vezes bastante incoerente. O que segundo Ricardo Araújo Pereira é o objetivo primário deste tipo de humor: “o nosso trabalho às vezes nem sequer é sobre o facto político, é sobre o discurso político sobre esse facto (...) Essa operação de fazer a tradução, é uma operação humorística, porque sempre que uma pessoa está a tentar fingir que não está a dizer uma coisa é divertido evidenciar que é de facto isso que ela está a dizer.” (Pereira, comunicação pessoal, Fevereiro 2020).

Para além da opinião humorística, são vários os investigadores que levam a ideia de “desmitificar” o discurso político mais longe, e defendem mesmo que tal ação pode influenciar a opinião dos eleitores. Por exemplo, a investigadora Ana Cabrera através do seu estudo: “O humor na campanha eleitoral: legislativas de 2019 em Portugal”, defende que ao fazer este processo de decomposição do personagem a própria linguagem usada acaba por ser simplificada o que ajuda aos cidadãos a entender verdadeiramente as mensagens e comportamentos dos mesmos e até a atrair as audiências mais jovens. É também importante referir a nota humorística que pode ser entendida como crítica ao jornalismo de hoje em dia, e à luta pelas audiências, quando Ricardo Araújo fala dos canais televisivos que anunciaram todos terem sido os mais vistos no dia anterior.

Na segunda parte do episódio Ricardo Araújo Pereira convidou a ex-eurodeputada Ana Gomes. Esta dinâmica de ter um entrevistado na 2ª parte foi algo que aconteceu praticamente em todos os episódios da temporada. Os resultados das eleições foram claramente abordados, ainda que as perguntas de Ricardo Araújo Pereira tenham soado um pouco parciais e em tom de crítica ao PS, partido do qual a entrevistada é afiliada. Ainda assim, a conversa fluiu e foram feitas “acusações” sobre temas delicados como a questão do caso de corrupção de José Sócrates, e o envolvimento de Paulo Portas, atual comentador do canal de televisão TVI, onde decorria o programa. Estas “acusações” são feitas de maneira bastante suave e sempre com humor à mistura, mas de qualquer maneira fogem ao critério jornalístico da seriedade e confirmação dos factos.

Em relação episódio de 13 de Outubro de 2019, o da temporada e consequentemente do programa, a dinâmica da primeira parte foi bastante diferente do habitual e decorreu de uma maneira claramente humorística que pretendia gozar e destruir o “estatuto” sérios dos políticos. Ao mesmo tempo o apresentador munido dos comentários convidado Manuel Moura dos Santos, jurado de programas de talentos, fazia pequenos reparos sobre cada partido, como os fracos resultados do PSD nas eleições.

A segunda parte do episódio foi a que trouxe ao de cima de maneira a inclinação política do apresentador, e que de todos os episódios se afastou mais do jornalismo que só informar, e não julgar. Adolfo Mesquita Nunes foi o convidado escolhido, e as perguntas foram feitas em tom de desafio com críticas às crenças do CDS. Algumas das perguntas incidiram sobre as preferências pessoais do convidado, e foi visível a tensão entre ambos. Ricardo Araújo Pereira sublinha que essa atuação não é de todo errada, tendo em conta o formato do programa:

“As minhas posições também estão expressas no programa, e aliás eu não as escondo, toda a gente sabe. (...) Em relação às perguntas que fazemos aos convidados eu não diria que são ofensivas, mas sim provocatórias (...) eu consigo até dizer-lhes algumas coisas que são bastante provocatórias, às vezes até podíamos dizer “isto seria ofensivo se a pergunta não fosse na verdade uma piada com um ponto de interrogação no fim”. Essa é a parte salvadora da comédia, é que duas pessoas que não concordam uma com a outra podem estar a dizer coisas às vezes até bastante ácidas uma à outra, mas como estão a

falar a um determinado discurso, que é o discurso humorístico, aquilo pode ser assim.”
(Pereira, comunicação pessoal, fevereiro 2020)

Conclusão

Termino este relatório afirmando que o humor tem excelentes características e que há espaço para trabalhá-las no campo do jornalismo. É importante sublinhar que não pretendo de todo dizer que o jornalismo deve ser substituído e que o código deve ser ignorado, antes pelo contrário: como foi o caso do programa “Gente que não sabe estar”, deve ser criado um espaço onde ambos possam coexistir de modo a que o humor seja um complemento do jornalismo caso o mesmo, devido aos seus constrangimentos por vezes possa não passar a mensagem total, ou de forma clara. Pessoalmente, durante todo o estágio este foi o único tema que para mim fazia sentido desenvolver. Primeiro pelo facto de não ser um assunto extremamente falado e/ou estudado, mas também porque desde o primeiro dia senti que estava a trabalhar para o jornal e consequentemente para o “Gente que não sabe estar” e isso criou-me algumas inquietações porque como já aqui foi dito, o jornalismo é um campo tão sério e tão focado e o humor é um campo cheio de opções e provocações misturadas com riso. Cheguei a sair e a questionar-me “será que devia tentar arranjar alguma coisa engraçada para que Ricardo Araújo Pereira pudesse usar no programa?” mas depressa percebi, que tudo podia ser usado, pois Ricardo Araújo Pereira não fazia nada mais do que pegar no nosso dia-a-dia e mostrar-nos algumas particularidades, por vezes bastantes discretas, que não podiam ser o centro da notícia mas não deixavam de ser importantes e claro engraçadas.

Ao longo do meu estudo, apresentei várias provas em como o humor pode ajudar a criar empatia com a política e consequentemente fomentar discussões e interesse generalizado, devido à simplicidade da linguagem mas também liberdade para evidenciar características que o jornalismo não pode pois não são o foco essencial da notícia. Pareceu-me até um pouco difícil acreditar que o próprio Ricardo Araújo Pereira, que sempre fez conhecer a sua posição e opinião política através das suas crónicas, conferências, outros programas até, e que têm sempre um toque de humor muitas vezes misturado com provocação e ironia (tal como acontecia no programa), ignore todos esses dados e não olhe para o programa com uma potencial para criar opiniões ou pelo menos despertar interesse político. Claro que a simbologia e objetivo do programa só a Ricardo Araújo Pereira e à sua equipa pertence, e admito que apesar do programa ter tocado em pontos importantes do estado atual político poderá ter havido momentos em que o próprio Ricardo Araújo Pereira teve de se conter, muito provavelmente em parte devido ao facto do programa estar alinhado dentro do jornal e poder causar constrangimentos, mas ainda

assim foi um passo enorme. É evidente que a liberdade de linguagem, ou “acusações” de Ricardo Araújo Pereira a nada se compara a um do jornalista, porque mais uma vez o mesmo está a trabalhar com humor/entretenimento. O apresentador tem a liberdade deontológica e obviamente editorial para abordar ângulos que podem ser considerados um pouco arriscados ou provocatórios, visto que o mesmo sublinhou várias vezes que não pretende informar, mas sim fazer rir: “se se rirem já não é mau” (Pereira, comunicação pessoal, Fevereiro 2020). Ainda assim, esta afirmação de Ricardo Araújo Pereira não contradiz o facto de programas como este terem um enorme potencial, e poderem fazer parte da solução que falta para voltar a erguer a profissão do jornalismo até onde ela merece, ao captar novamente as audiências e ao ajudá-las a esclarecer ou pelo menos a melhor compreender algumas situações políticas.

Voltando às minhas perguntas de partida:

- “Será que um programa humorístico como o do Ricardo Araújo Pereira pode ser uma nova ferramenta de transmitir informação aos espetadores?”,
- “Existem pontos comuns nos dois campos?”

Como referido ao longo do relatório, os meses que passei na TVI permitiram-me absorver a experiência do que é ser jornalista, e do que significa contar uma história, com todas as regras e entraves que isso implica (tempo, falta de informação, pressão de audiências). No entanto, enquanto lá estive fui muitas vezes espetadora do meu próprio trabalho e do trabalho dos meus colegas. E creio que esse possa ter sido a minha rampa inicial, aquilo que me fez perceber que enquanto espetadora, que o jornalismo por si não me preenchia totalmente quanto devia a nível de informação. As razões? Muitas, e há muitos estudos nesse sentido, o aparecimento do digital, a divergência de audiências, etc. A solução? É algo que não é falado o suficiente, e desejo que esta reflexão seja vista como algo que pretende auxiliar o jornalismo e não deturpá-lo.

Acredito que ambas as minhas questões iniciais tenham ficado respondidas, e o porquê de as ter feito. O programa teve bastante audiência e como Ricardo Araújo Pereira diz, não tinha objetivo de ensinar nada a ninguém mas ao “desmistificar” linguagem e informação que às vezes é demasiado complicada para os espetadores o fazerem sozinhos, provou-se uma ferramenta útil que em conjunto com o jornalismo atual irá permitir às audiências criarem as suas próprias opiniões: “(...) muitas vezes no Villaret, e mesmo lá no estúdio apareciam famílias inteiras com as crianças, e eu perguntava: “vocês trazem para aqui os putos?”, e as pessoas respondiam-me: “eles até começaram a ver o telejornal

para depois começar a perceber melhor o que se passa aqui”. (Pereira, comunicação pessoal, fevereiro 2020)

Em relação à possibilidade de programas como este influenciarem a opinião política dos espetadores, de acordo com os estudos apresentados ao longo deste relatório, programas como o *Daily Show* podem ter efeitos persuasivos nas audiências, ainda que de acordo com Ricardo Araújo Pereira o objetivo principal destes formatos seja fazer rir. De qualquer modo, o “Gente que não sabe estar”, o *Daily Show* e tantos outros são de uma ironia tão profunda e expõem tão diretamente as suas cores políticas que é essencial acreditar que os espetadores entendem essa ironia e têm capacidade para fazer as suas próprias escolhas. Não esquecendo ainda que este tipo de formatos deve andar de mão dada com o jornalismo, um meio que idealmente seria imparcial e serviria para mostrar todas as perspetivas da esfera política, algo que como se verificou ao longo deste estudo, e referenciando novamente, o estudo da investigadora Ana Cabrera sobre as legislativas de 2019, muitas vezes não acontece.

Portugal ainda é “pequeno” no que toca a aventurar-se neste campo de fazer humor com assuntos sérios, como tal, talvez seja uma aposta mais segura criar um conteúdo fora do alinhamento do jornal, por exemplo imediatamente a seguir para salvaguardar quaisquer restrições no que é dito ou que assuntos são abordados. De qualquer modo, é urgente uma reforma, e é urgente voltar a criar empatia com os espetadores, e formatos como o “*The Last Week Tonight*” com o apresentador John Oliver, e que como já referi influenciou alguns fatores no “Gente que não sabe estar”, devem sem dúvida ser explorados e implementados.

Bibliografia

- Abad, A. "Exploring Intermedia Agenda Setting Effects of Last Week Tonight with John Oliver" (2016). *LSU Master's Theses*. 3224.
https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_theses/3224
- Adams, S. *“Interviewing for journalists*. Routledge 2ª edição. 2009.
- Anaz, S. *A questão do entretenimento: o sucesso do infotainment na crítica audiovisual*. Estudos em Jornalismo e Media. Vol.15 nº1. 2018.
- Aragão, R., SOUZA, I. *Onde a zoeira encontra seu limite: uma análise do uso de memes no jornalismo do Estadão*. Faculdade Integradas Barros Melo. 2016.
- Azevedo, A. *Politicamente incorreto: O canal Q e a televisão não convencional*. Relatório de estágio. 2015.
- Baumgartner, J., MORRIS, J. *The Daily Show effect – Candidate evaluations, efficacy, and American youth*. American Politics Research, SAGE. 2006.
- Bayam, G. *The Daily Show: Discursive Integration Reinvention of Political Journalism*. Political Communication. 2005.
- Becker, A., HALLER, B. *When political comedy turns personal humor types, audience evaluations, and attitudes*. Routledge. 34-55. 2014.
- Boukes, M. *Infotainment*. University of Amsterdam, The Netherlands. 2019. Artigo.
- Brants, K. *Quem tem medo de infotainment?* Media e Jornalismo. 2005.
- Cabrera, A. *O humor na campanha eleitoral: legislativas 2009 em Portugal*. Media e Jornalismo, 2010.
- Canavilhas, J., Coelho, P., Garcia, J., Gomes, R., Fidalgo, F., Ponte, C., et all. *Digital Media Portugal- 04 Disputas nas fronteiras do jornalismo*. 39-46. ERC, 2015.
- Chatoo, C.B, Feldman, L. *Comedy as a Route to Social Change: The effects of satire and news on persuasion about Syrian refugees*. Routledge. 2018.
- Cillizza, Chris. *In defense of ‘fun’ journalism*. The Washington Post. 2013.
- Cipriano, R. (2018, março 14). Ricardo Araújo Pereira e Mick Hume explicam: Liberdade de expressão é o direito de ser ofendido. *Observador*. Disponível em: <https://observador.pt/2018/03/14/o-que-e-a-liberdade-de-expressao-o-direito-a-ser-ofendido/> (Consultado em: Abril 2020)
- Comunidade cultura e arte, *“Direito a ofender”: a Liberdade de expressão e o politicamente correto*. 2016. Disponível em: <https://www.comunidadeculturaearte.com/direito-a-ofender-a-liberdade-de-expressao-e-o-politicamente-correto/> (Consultado em: Abril 2020)
- Fidalgo, J. *Em trânsito pelas fronteiras do jornalismo*. OpenEdition Journals. 2019.
- FNAC. Biografia de Ricardo Araújo Pereira. Disponível em: <https://www.fnac.pt/Ricardo-Araujo-Pereira/ia215637/biografia> (Consultado em: Abril 2020)
- Gray, Jones, Thompson, E. *Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era*. New York: NYU Press. 2009.
- Grunner, C.R. *Editorial Satire as Persuasion - An Experiment*. *Journalism Quarterly*: 727-730. New York University, 2015.
- Harcup, T. *Journalism – Principles and practice*. 113-121. Sage, 2015.
- Harmon, Kaye, Martin. *Silly meet serious: discursive integration and the Stuart/Colbert era*. *Comedy Studies*. 120-137. 2018.

Horta, N. (2015). *O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica* (tese de mestrado). Universidade de Brasília Faculdade de comunicação, Brasil. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/18420/1/2015_NataliaBotelhoHorta.pdf

Hollywood, B. *Humor in journalism*. Journal of the royal society of arts, vol. 110. 2014.

Hume, M. *Direito a ofender: a liberdade de expressão e o politicamente correto*. Tinta da China. 2016.

Jornalistas, Clube. Código deontológico. Aprovado no 4º Congresso dos Jornalistas a 15 de janeiro de 2017 e confirmado em Referendo realizado a 26, 27 e 28 de outubro de 2017. Site disponível em: https://www.clubedejornalistas.pt/?page_id=118def. (Consultado em: Abril de 2020)

Junior, E. *As Interseções entre Jornalismo e Humor no Programa Pânico na Band*. Universidade Federal de Goiás, 2017.

Keane, C. "Defining the Art of Blame: Classical Satire". In R. Quintero (Ed.), *A companion to Satire: ancient and modern*, Malden, Oxford, Victoria: Blackwell Publishing, 2007.

Keeble, R. Swick, David. *The funniest pages: international perspectives on humor in journalism*. Book review. 2016.

Kovach, B., Rosentiel, T. *Os elementos do jornalismo – O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto Editora, 2004.

Luckerson, V. *How the 'John Oliver Effect' Is Having a Real-Life Impact*. Disponível em: <https://time.com/3674807/john-oliver-net-neutrality-civil-forfeiture-miss-america/>

Maia, A. *O Cartoon na Imprensa Escrita*. ECM. 2011.

Middleton R. (1990) 'It's all over now. Popular music and mass culture - Adorno's theory', in *Studying Popular Music* Milton Keynes. Open University Press. 1990.

Moares, G. *O jornalismo satírico do Charlie Hebdo*. Medium. 2018.

Morris, L. American Satire: Beginnings through Mark Twain". In R. Quintero (Ed.), *A companion to Satire: ancient and modern*, Malden, Oxford, Victoria: Blackwell Publishing. 2007..

Natário, A. *Cartoons e ideias de um outro mundo*. Expresso. 2015.

Nova, Debate. *À conversa com Ricardo Araújo Pereira: Humor e Democracia* 2015, e publicado no Youtube em 2016, (ficheiro em vídeo). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=djlsPeLkGds&feature=youtu.be> (Consultado em: Abril de 2020)

Ödmark, S. *Making news funny: Differences in news framing between journalists and comedians*. SAGE, 2018.

Oliveira, C. *Relação jornalismo e memes: Uma análise da utilização de memes no portal online G1*. Universidade Federal do Pampa | Santana do Livramento. 2018

Pardal, F. *A sátira política na televisão - o caso do "Governo Sombra"*. Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social, Tese Mestrado, 2015.

Pereira, P. 2020. *O Ricardo Araújo Pereira das sextas-feiras não pouparia o Ricardo Araújo Pereira dos domingos*. Comunidade Cultura e Arte.

Disponível em: <https://www.comunidadeculturaearte.com/o-ricardo-araujo-pereira-das-sextas-feiras-nao-pouparia-o-ricardo-araujo-pereira-dos-domingos/> (Consultado em: Agosto 2020)

Pereira, R. 2018. *Ricardo Araújo Pereira - Debate do Clube de Leitura da UFP (Versão Completa)* (ficheiro em vídeo)

Pereira, R.. 2019. Teotónio Bernardo, *Gente que não sabe estar* (programa de televisão) Lisboa. TVI

Rojas, R. (2015, Julho 8). *New York City to Relax Bail Requirements for Low-Level Offender*. New York Times.

Disponível em: https://www.nytimes.com/2015/07/09/nyregion/new-york-city-introduces-bail-reform-plan-for-low-level-offenders.html?_r=1 (Consultado em: Agosto 2020)

Silva, N. *Antologia do humor português*. Texto Editores. 2008.

Spielman, M.H. *The history of "Punch"*. The Project Gutenberg. 2007.

Disponível em: <https://youtu.be/ZKWkJMOSaSM> (Consultado em: Março 2020)

Tadeus. *Quando o meme se torna mais importante que a notícia*. Observatório de Mídia. 2018.

Teixeira, L. *Jornalistas usam gifs e memes para desburocratizar política*. TERRA. 2018. Jornal online

Wemans, J., et all... *Literacia, Media e Cidadania. Livro de atas do 5º congresso*, 2009.

Varela, L. (2017) *O Pivô na Redação da TVI*. Relatório de Estágio, Escola Superior de Comunicação Social.

Zuegner, C. *The Q&A team: The role of humor in journalism*. CISION ProfNet 2013.

Anexo: Entrevista a Ricardo Araújo Pereira: 18 fevereiro 2020

Para simplificar a leitura da entrevista, as perguntas feitas por mim estão sublinhadas e com um “M” antes de cada questão, e as respostas do Ricardo Araújo Pereira estão por baixo assinaladas no início por um “R”, sendo que as partes mais importantes foram destacadas a negrito.

M- Como classifica o enquadramento do programa, tendo em conta que estava inserido no alinhamento do Jornal das 8? E porque é que acha que houve esta necessidade de o ter dentro do alinhamento do Jornal, e não logo a seguir por exemplo?

R- Primeiro o enquadramento do programa, como disse e bem, ele estava dentro do jornal, não era um programa autónomo, era uma espécie de página humorística do jornal, um **suplemento humorístico do jornal**. E eu acho que isso teve a ver, com fatores económicos. Porque o programa não era barato e era um **esforço conjunto entre a programação e a informação**. Também, acho eu, porque tendo em **conta o perfil da TVI, aquele programa autonomamente não fazia muito sentido, mas enquanto suplemento humorístico do jornal sim**. Dito isto, eu acho que mesmo estando dentro do jornal **eu recusaria chamar jornalismo ao programa**. Ou seja, assim como na (revista) Visão na última página onde eu escrevo, não é jornalismo, o nosso programa também não o era. É claro que a **confusão naturalmente estabelece-se** porque o nosso programa fala, às vezes sobre as mesmas coisas que acabaram de ser referidas no jornal.

M- Exato, ou seja, vão buscar os assuntos da ordem do dia?

R- Exatamente, usamos as mesmas imagens, às vezes. Mas primeiro eu não sinto, nem acho que deva sentir **que deva informar**. Eu espero que as pessoas que vêm o programa estejam informadas, **eu falo para pessoas que estão informadas**.

M-Pode acontecer que há pessoas que não estejam informadas, que não apreciem informação, mas que apreciam comédia e vendo o vosso programa podem ficar com uma ideia do que se passa?

R- Mas essa ideia, uma vez que nós não somos jornalistas, nem pretendemos sê-lo, ficará **provavelmente ligeiramente distorcida**. Porque a grande diferença, é que o jornalismo tem determinados critérios, da proeminência por exemplo e na comédia o nosso único

critério é: isto tem graça ou não tem? **É claro que a gente também usa o critério da proeminência mas nós usamo-lo por razões humorísticas**, na comédia tem mais graça eu acertar com uma maçã podre na cabeça do primeiro-ministro do que na testa daquele deputado que se senta na última fila, e que é o 79º do PSD que ninguém sabe quem é. **Mas os nossos critérios são muito diferentes do critério do jornalista**. Nós fazemos coisas não porque achamos que elas são importantes, mas porque achamos que elas têm graça.

M- Há pouco disse que esperava que as pessoas que viam o programa já estivessem informadas, mas eu lembro-me de ir ver o programa ao vivo, quando a Assunção Cristas foi convidada e o Ricardo deu uma mini introdução do que é se tinha passado nos últimos dias aos espetadores, e quem era a convidada

R- Ainda em *off*?

M- Sim ainda em *off*. E até deixou uma espécie de aviso aos espetadores, dizendo que a Assunção Cristas era a convidada, e não tinha de se concordar com a sua visão política, mas era importante respeitar.

R- Sim tem razão eu fiz isso, porque me interessa que as pessoas tenham esse contexto. Lá está eu preciso que elas estejam informadas, imagine que as pessoas vão lá e não sabem quem é a Assunção Cristas, não sabem o que é o CDS, por isso **eu faço uma breve introdução, está cá a Assunção Cristas, passou-se “isto e aquilo”, caso as pessoas não tenham estado atentas. Porque eu preciso de facto que as pessoas tenham essa referência para perceberem aquilo que eu vou dizer.**

M- Mas achas que as pessoas que estão lá em casa conseguiam captar essa mesma informação ou não?

R- Eu espero que sim, sabe eu nunca cometo o erro de supor que as pessoas para quem eu estou a falar sabem menos do que eu. Acho que isso é um erro. Eu trato as pessoas como eu acho que elas devem ser tratadas, que é como se fossem iguais a mim. **O que eu imagino das pessoas que ligaram aquilo e vêm não é um conjunto de vegetais que está à espera de... lá está gente que está em estado vegetativo em casa a ver**

acriticamente uma coisa, não, eu imagino que são pessoas que se interessam pela nossa vida, pelo que vai acontecendo no país.

M- Mesmo quando disse coisas a “brincar” as mesmas não deixavam de ser verdade, o Ricardo queria informar o público daquilo que via, ou seja desmistificar ou traduzir alguns discursos políticos?

R- Repare, a operação de como lhe chama traduzir aquilo que os políticos dizem para digamos, uma linguagem que seja compreensível é uma operação humorística, no sentido em que de facto o nosso trabalho às vezes nem sequer é sobre o facto político, é sobre o discurso político sobre esse facto. Ou seja, de facto tem razão quando diz que às vezes os políticos às vezes dizem coisas, que estão codificadas de uma determinada maneira. Nós reconhecemos, às vezes a música com que eles falam, às vezes até abstraindo-nos do que estamos a ouvir a gente liga a televisão, e só pelo som sabemos que “isto é na Assembleia da Republica” só pela maneira como eles estão a falar. Mas vai para além disso, ou seja, muitas vezes os políticos dizem coisas pretendendo significar outras, ou seja, há uma intenção escondida atrás do que estão a dizer ou porque digamos querem marcar uma posição, ou atacar um adversário político, mas sem o referir, por exemplo. Essa operação de fazer a tradução é uma operação humorística **porque sempre que uma pessoa está a tentar fingir que não está a dizer uma coisa é divertido evidenciar que é de facto isso que ela está a dizer.**

M- E o estilo do programa, disse que apesar de estar dentro do alinhamento do jornal, mas como diz conseguiu fazer a distinção entre o jornalismo. Mas ainda assim pode ser considerado um programa imparcial? No último episódio entrevistou o Adolfo Mesquita Nunes, acha que quando não concorda com a posição do entrevistado deixa transparecer a sua posição? Ou quando preparam as perguntas têm cuidado para tentar não “ofender”, sendo que ofender poderá ser considerado um termo um pouco forte?

R- Respondendo à primeira questão, se nós somos imparciais eu diria que não, nem temos de ser. Portanto as minhas posições também estão expressas no programa, e aliás eu não as escondo, toda a gente sabe. Aliás uma das coisas que a Assunção Cristas foi levar-me uma proposta de militante porque ela sabe eu não voto no partido dela, eu não escondo isso, toda a gente que lá vai sabe que eu voto à esquerda, e portanto é natural que a nossa perspetiva sobre as coisas esteja espelhada ali, sendo que a perspetiva das

coisas é do grupo, tudo isto é um trabalho de grupo. **Essa perspetiva tem determinadas características provavelmente, e não está presa a nenhum partido, mas tem uma inclinação se calhar para um determinado quadrante.**

Em relação às perguntas que fazemos aos convidados eu não diria que são ofensivas, mas sim provocatórias. Eu tenho algum pudor, mesmo em relação aos candidatos com os quais eu não concordo em nada ou quase nada, eu tenho algum pudor em convidá-los para o programa para os hostilizar. Ou seja, na primeira parte do programa eu faço o que eu quero, eles não estão lá eu digo o que me apetece, às vezes coisas bastante azedas. **Quando eles estão lá acho que há duas coisas que são feias, que é se eu os hostilizasse ou se eu os tratasse demasiado bem.** Portanto há ali uma linha no meio em que eu lhe faço provocações, o humor é capaz de fazer isso, ou seja, eu consigo até dizer-lhes algumas coisas que são bastante provocatórias, às vezes até podíamos dizer “isto seria ofensivo se a pergunta não fosse na verdade uma piada com um ponto de interrogação no fim”. Essa é a parte salvadora da comédia, é que duas pessoas que não concordam uma com a outra podem estar a dizer coisas às vezes até bastante ácidas uma à outra, mas como estão a falar a um determinado discurso, que é o discurso humorístico, aquilo pode ser assim.

M- O André Ventura não foi convidado para o programa. Eu vi uma entrevista sua, sobre o tema “politicamente correto” e na altura foi falada a questão do “no platform”. Como todos os candidatos foram convidados.

R- Sim todos foram convidados, os do PCP não aceitaram porque estavam em litígio com a TVI, mas sim **todos foram convidados menos o André Ventura.**

M- Sendo que vocês não eram um programa jornalístico, não se sentiram na obrigação de o convidar correto?

R- Com certeza.

M- Ou seja, foi uma escolha editorial, e não podiam receber críticas por isso, mas não entra aqui a questão do “no platform”?

R- Toda a gente pode receber críticas por isso, a minha posição é a seguinte: eu não sou contra convidar o André Ventura, ou seja, se alguém convidar o André Ventura eu não

condeno essa pessoa, não censuro. Longe de mim achar que alguém não pode convidar o André Ventura, mas eu não quero. **E eu também tenho o direito de não querer convidar o André Ventura.** Ou seja, a democracia é isso, é uma pessoa fazer o que quer, não é se alguém me obrigar a convidar uma pessoa que eu não quero isso sim é antidemocrático. E, portanto, o André Ventura não tem falta de palco, ele fala na CMTV várias vezes, fala em vários sítios, mas eu tenho o direito de não o convidar. A razão pela qual não o convidamos, repare eu convidei o CDS, Iniciativa Liberal, convidei várias pessoas em que não voto e com as quais discordo profundamente, isso não está em causa. O que está em causa, é que o André Ventura, segundo as suas próprias palavras é contra o sistema, ora o sistema é o sistema democrático, e eu tenho um apreço pela democracia, é por causa da democracia que eu tenho este emprego. Noutros sistemas as pessoas não falam com o mesmo à vontade com que eu falo, e, portanto, pode dizer-se, acho eu, que este programa está perfeitamente dentro do sistema. **O sistema, é o sistema democrático, há candidatos à Assembleia da República, e eu convido-os, mas há um que diz que quer derrubar o sistema, e, portanto, eu não tenho muita vontade de falar com ele, e tenho o direito de não falar. Claro que as pessoas podem criticar, eu aceito perfeitamente a crítica, há pessoas que dizem “epá se calhar devias”, tudo bem, mas eu não quero e segundo isso seria especialmente desconfortável para mim, porque eu sou capaz de com pessoas de outros quadrantes ideológicos estar ali a fazer aquele “jogo”. Trata-se de um jogo, “eu vou provocá-lo, vou-lhe dizer uma coisa que me estou a meter consigo”, com toda a gente, não tem problema nenhum, com o Ventura, duvido que isso tenha sentido.**

M- Nos episódios da 2ª temporada, quando analisou a campanha eleitoral, era sempre mais ou menos o mesmo estilo, era o Ricardo primeiro a solo, e depois os entrevistados. Mas como é que eram tomadas estas decisões de “isto é a ordem do dia, vamos falar disto, e daquilo”, vocês já tinham os convidados pré agendados e depois moldavam o programa à volta disso?

R- Na primeira semana tínhamos os convidados mais ou menos pré agendados, mas depois às vezes eram coisas mais em cima da hora. **De qualquer modo, a única coisa que a gente tentava era no dia em que um convidado lá vai, se calhar a primeira parte do programa não é excessivamente desagradável para ele.** Depois quando ele não estava lá, tudo bem. Mas era mais naquela medida de não estarmos primeiro a

“espancá-lo” e depois na segunda parte “senhoras e senhores, o saco de pancada”. Não queria dizer que ele não fosse referido, mas há um mínimo de pudor com o facto de ele lá estar. Em relação à primeira parte do programa, havia critérios, que lá está são uma mistura entre o critério jornalístico. **Por exemplo, no dia em que o António Costa tentou andar à pancada com um velhinho, aquilo foi às 18h30, nós tínhamos o programa já quase todo alinhado e de repente António Costa pega-se à porrada com um velhinho, pega-se não, mas quase. Resultado: mudamos tudo, para fazer aquilo de outra maneira, ou seja, de um certo ponto de vista tem um critério jornalístico, que é aquilo foi de facto a coisa mais importante do dia, também tem um critério humorístico, porque tem muita graça, o primeiro ministro querer andar à pancada com um cidadão, ou pegar-se com um cidadão e portanto basicamente são essas duas coisas, são umas vezes o critério é quase o jornalístico da proeminência outra vezes é um critério humorístico.** Por exemplo, coisas muito pouco proeminentes, como o debate dos pequenos partidos, mas que tinha momentos muito engraçados, porque os pequenos partidos têm características que os tornas muito divertidos.

M- Havia muitos “confrontos” entre partidos, por exemplo a Assunção Cristas mandava indiretas ao Costa constantemente, sente que no vosso programa vocês tentam representar ambos os lados dos partidos ou isso não era necessário?

R- Em casos como esse, em que havia uma clara animosidade pessoal além de política, entre a Assunção Cristas e o António Costa **o nosso trabalho não é tanto mostrar os dois lados, é mostrar que há ali uma irritação mútua e isso tem um potencial humorístico.** Quer dizer, muitas aquilo extravasa o que costuma ser um debate político, havia azedume e insinuações pessoais. O Costa dizer “será que isto tem a ver com a minha pele”, ou seja, na verdade no nosso caso nós não temos de fazer: “ok já demos este tempo a esta pessoa, agora vamos dar este tempo a esta. Já demos este lado, agora vamos dar o outro.”

M- Ou seja, como seria no jornalismo, em que se tem de ouvir os dois lados.

R- Exato como no jornalismo, no nosso caso não é exatamente assim, a gente vai à procura que achamos que tem graça. Claro que isso depende muito da nossa perspetiva, tem a ver com a nossa posição mesmo com a nossa inclinação ideológica se calhar, mas

sim, portanto respondendo à sua pergunta, **aqui não tem tanto de critério jornalístico, mas sim de critério humorístico.**

M- Que pontos é que destaca no programa que o tornem singular? Porque lá está é um programa humorístico, mas continua no limbo entre jornalismo, entretenimento, opinião etc.

R- Eu acho que provavelmente uma das coisas que tornava o programa singular era o facto de ele estar integrado no jornal, talvez. Quer dizer, não precisaria de estar integrado no jornal, aliás aqui por exemplo (Isto é gozar com quem trabalha) vai dar imediatamente a seguir ao jornal, e isso já é o suficiente, ou seja, é isso que o torna singular. A contiguidade com o jornal e o facto dos assuntos serem mais ou menos os mesmos, mas a gente não falar deles como se fala antes. Não passa pela cabeça de ninguém que o Rodrigo Guedes de Carvalho ou o José Alberto Carvalho da TVI digam “Hoje o Marcelo”, mas eu digo, eu digo “o Marcelo”, eu falo assim das pessoas com uma certa digamos desfaçatez acerca das pessoas, mesmo o tom. Os assuntos são os mesmos mas o tom é muito diferente, e acho que essa é a singularidade, as pessoas vêm o telejornal e depois vêm uma pessoa que está vestida da mesma maneira, num estúdio que tem algumas semelhanças com o do jornal, também tem uma entrevista às vezes, mas a conversa não decorre exatamente da mesma maneira, ou seja o discurso não é exatamente o mesmo, aliás é bastante diferente do que a gente acabou de ouvir.

M- Na descrição do programa escreveram que o objetivo era confundir os portugueses.

R- Exatamente, era deixar claro que o nosso papel não é esclarecer, informar, para isso existem outros programas.

M- Vocês querem fazer rir.

R- Exatamente.

M- Acha que o humor poderá ser uma arma poderosa nesta luta para informar?

R- Uma das coisas que eu constatei foi que muitas vezes no Villaret, e mesmo lá no estúdio apareciam famílias inteiras com as crianças, e eu perguntava: “vocês trazem para aqui os putos?”, e as pessoas respondiam-me: “eles até começaram a ver o telejornal para

depois começar a perceber melhor o que se passa aqui”. **Por exemplo os filhos do Sérgio Figueiredo, ele diz que eles começaram a ter mais atenção à campanha eleitoral para depois perceberem melhor do que é que nós estávamos a falar, e isso é simpático, mas não é a nossa missão. Mais uma vez lhe digo, é para isso que me pagam, é para fazer rir as pessoas, depois eu não sou responsável pelos efeitos que isso possa ter, até porque eu não consigo prevêê-los. Os efeitos podem ser variadíssimos, e são imprevisíveis na verdade. Eu acho que o humor é uma arma poderosa no sentido em que como o riso dá prazer, é uma das poucas coisas em que os filósofos todos concordam é que o riso dá prazer, e como o riso dá prazer as pessoas dão mais atenção a uma pessoa que as faça rir do que a outra cujo discurso não dê vontade de rir. Nessa medida sim, a pessoa que faz rir se calhar mais intensamente a atenção dos outros, e nesse caso têm algum poder, podemos chamar-lhe assim.**

M- É quase o bónus, riram-se e aprenderam: fantástico.

R- Sim, mas mais uma vez lhe digo, o meu objetivo não é esse, e até tenho dúvidas que possam aprender alguma coisa connosco, mas se se rirem já não é mau.